

Alma Media

Living
Information

Alma Media Oyj

Q3 osavuositarkastus
28.10.2016



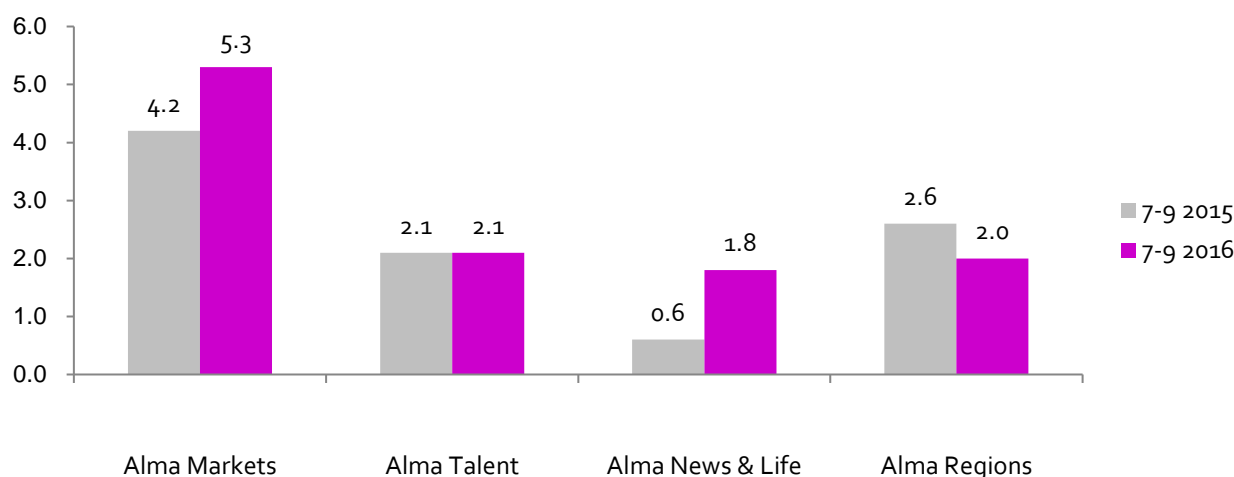
Alma Median osavuositarkastus tammi—syyskuu 2016:

LIKEVAIHTO JA LIKEVOITTO KASVOIVAT ODOTETUSTI KOLMANNELLA VUOSINELJÄNNEKSELLÄ

Taloudellinen kehitys heinä—syyskuussa 2016:

- Liikevaihto 80,9 (68,0) milj. euroa, kasvua 18,9 %.
- Oikaistu liikevoitto 9,1 (7,6) milj. euroa, 11,2 % (11,1 %) liikevaihdosta, kasvua 20,1 %.
- Liikevoitto 8,9 (6,0) milj. euroa eli 11,0 % (8,8 %) liikevaihdosta, kasvua 48,1 %.
- Osakekohtainen tulos 0,07 (0,04) euroa.
- Alma Markets: Vahva kasvu ulkomailla ja kotimaassa jatkui.
- Alma Talent: Kannattavuus pysyi ennakoitusti vertailukauden tasolla.
- Alma News & Life: Verkkomainonta kasvoi erityisesti ohjelmallisen ostamisen kasvun myötä.
- Alma Regions: Kannattavuus heikkeni vertailukaudesta.

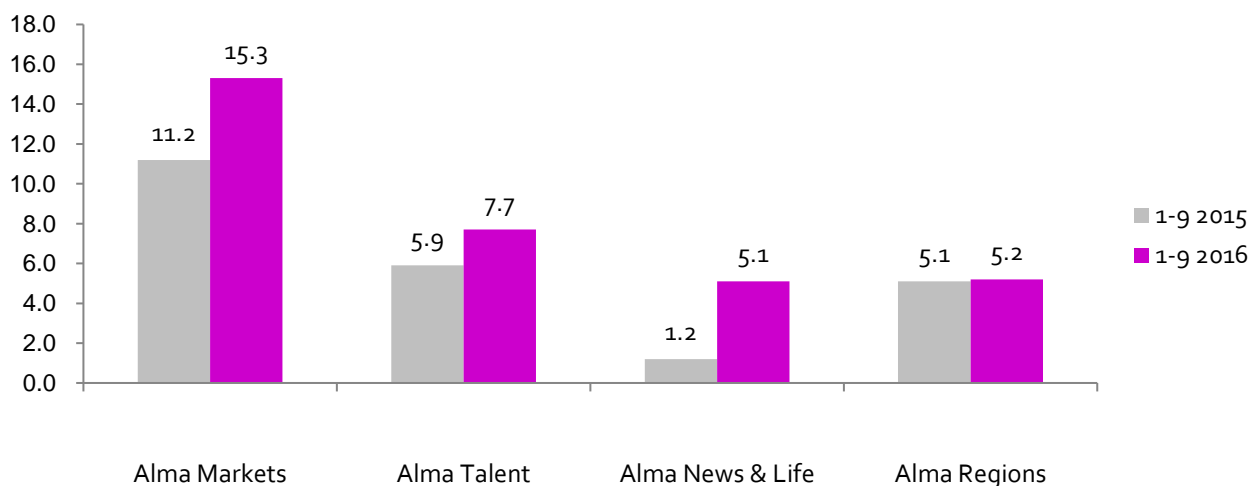
Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto heinä—syyskuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



Taloudellinen kehitys tammi—syyskuussa 2016:

- Liikevaihto 259,6 (212,9) milj. euroa, kasvua 21,9 %.
- Oikaistu liikevoitto 24,5 (16,3) milj. euroa, 9,4 % (7,6 %) liikevaihdosta, kasvua 50,6 %.
- Liikevoitto 20,5 (16,8) milj. euroa eli 7,9 % (7,9 %) liikevaihdosta, kasvua 22,2 %.
- Osakekohtainen tulos 0,15 (0,13) euroa.
- Velkaantumisaste kauden lopussa oli 51,0 % ja omavaraisuusaste 44,1 %.

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



AVAINLUVUT	2016	2015	Muutos	2016	2015	Muutos	2015
milj. euroa	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Liikevaihto	80,9	68,0	18,9	259,6	212,9	21,9	291,5
Sisältöliikevaihto	30,1	25,3	18,8	95,1	75,4	26,0	104,1
Sisältömyynti, painettu	26,4	23,8	10,9	84,3	70,8	19,1	97,0
Sisältömyynti, verkko	3,7	1,6	139,4	10,8	4,7	128,5	7,1
Mainosmyynnin liikevaihto	38,8	33,4	15,9	125,1	107,3	16,5	148,2
Mainosmyynti, painettu	14,8	14,0	5,5	50,6	48,6	4,3	66,2
Mainosmyynti, verkko	24,0	19,4	23,7	74,6	58,8	26,9	82,0
Palveluliikevaihto	12,1	9,3	30,2	39,5	30,2	30,8	39,2
Oikaistut kokonaiskulut	72,0	60,6	18,8	235,6	197,0	19,6	268,7
Oikaistu käyttökate	13,6	11,0	23,8	38,0	26,6	42,9	37,4
Käyttökate	13,4	10,8	23,7	33,9	28,4	19,3	34,5
Oikaistu liikevoitto	9,1	7,6	20,1	24,5	16,3	50,6	23,4
% liikevaihdosta	11,2	11,1		9,4	7,6		8,0
Liikevoitto (-tappio)	8,9	6,0	48,1	20,5	16,8	22,2	17,7
% liikevaihdosta	11,0	8,8		7,9	7,9		6,1
Tilikauden tulos	6,5	3,7	77,9	15,0	11,8	27,1	12,1
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,07	0,04	62,9	0,15	0,13	9,2	0,13
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	32,3	24,5	31,7	97,7	74,8	30,6	104,2
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	40,0	36,1		37,6	35,1		35,7

Näkymät vuodelle 2016

Alma Media muutti 14.9.2016 antamassaan tiedotteessa näkymiä vuodelle 2016. Yhtiö ennakoi vuoden 2016 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton kasvavan selvästi vuoden 2015 tasosta. Näkymät vuodelle 2016 ovat 14.9.2016 julkistetun tiedotteen mukaisesti:

Suomen kansantalouden arvioidaan pysyvän samalla tasolla tai kasvavan vain vähän vuonna 2016. Alma Medialle tärkeiden itäisten Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian kansantalouksien arvioidaan kasvavan, mutta vähemmän kuin vuonna 2015.

Kansantalouden kehitys vaikuttaa sekä kulutuskysyntään että mainonnan määrään. Mainonnan rakennemuutos jatkuu vuonna 2016; mainonta verkossa kasvaa, ja painetun median mainonta laskee.

Loppuvuodesta 2015 toteutunut Talentum-yrityskauppa kasvattaa Alma Median liikevaihtoa ja liikevoittoa vuonna 2016. Alma Media arvioi vuoden 2016 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton kasvavan selvästi vuoden 2015 tasosta. Vuoden 2015 liikevaihto oli 291,5 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 23,4 milj. euroa.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Alma Median liiketoiminnan hyvä kehitys jatkui kolmannella vuosineljänneksellä. Konsernin liikevaihto kasvoi heinä-syyskuussa 19 prosenttia 80,9 milj. euroon. Parantuneen operatiivisen tuloksen taustalla oli edellisten vuosineljännesten tapaan Alma Marketsin ja Alma News & Lifen vahva kasvu. Oikaistu liikevoitto kasvoi 20 prosenttia 9,1 milj. euroon.

Alman Keski-Euroopan toimintamaissa suotuisana jatkunut talouskasvu tuki Alma Marketsin rekrytointiliiketoiminnan hyvää kehitystä. Lisäksi segmentin liikevaihto kasvoi Suomessa asumisen, autoilun ja rekrytoinnin palveluissa. Alma Marketsin kolmannen neljänneksen liikevaihto kasvoi 17 prosenttia ja liikevoitto parani 28 prosenttia.

Alma Talentin kannattavuus pysyi ennakoidusti vertailukauden tasolla. Liikevaihdon kehityksessä näkyi Talentumista hankittujen liiketoimintojen kausiluonteisuus. Uuden liiketoimintakokonaisuuden rakentaminen eteni suunnitellusti ja integraation kustannushyödyt olivat odotusten mukaisia. Syyskuussa Alma Talentin monipuolinen mediaperhe sai uuden jäsenen, kun ostimme Uuden Suomen liiketoiminnot.

Verkkomainonnan vahvana jatkuva kasvu ja digitaalisen mainonnan ostotavan muutos ohjelmalliseksi heijastuvat selkeästi Alma News & Lifen kehityksessä. Segmentin digimainonnan myynti kasvoi lähes 40 prosenttia. Yksikön oikaistu liikevoitto kolminkertaistui vertailukaudesta 1,8 miljoonaan euroon.

Alma Regionsin kulunut vuosineljännes oli vaikea sekä sisältö- että mainosmyynnille, minkä seurauksena segmentin liikevaihto laski ja kannattavuus heikkeni vertailukaudesta. Toimenpiteet, joilla asiakkaiden siirtymistä digitaalisuuteen edistetään, jatkuvat.

Digitaalisesta liiketoiminnasta tulee jo 40 prosenttia konsernin liikevaihdosta ja kaksi kolmasosaa liikevoitosta. Muutos analogisesta digitaaliseen on ollut tänä vuonna edelleen kiihtyvää asiakastarpeiden ja asiakkaan käyttökokemuksen ohjauksessa kehitystä. Raportointijaksolla esimerkkeinä Alman digikehityksestä ovat muun muassa kokonaisvaltainen digimainonnan jakelujärjestelmän uudistaminen ja keskeinen roolimme suomalaisten mediayhtiöiden digitaalisen mainonnan (Automated Guaranteed) markkinapaikan perustamisessa.

Liikenne- ja viestintäministeriön suunnitelma uudistaa postilakia sisältää kaupallisen median näkökulmasta monia ongelmakohtia. Uudistus ei aja yksittäisen kuluttajan, loppuasiakkaan etua. Esitys on näkemyksemme mukaan myös EU:n postidirektiivin vastainen. Postin siirtyminen kolmipäiväiseen jakeluun vaikuttaisi kielteisesti tilattavien aikakauslehtien, valtakunnallisten ja alueellisten sanomalehtien ja paikallislehtien jakeluun. Päivittäisen postinjakelun voidaan katsoa kuuluvan kansalaisen peruspalveluun ja palvelutason heikentäminen vaikuttaisi kansalaisen perustuslailliseen oikeuteen vapaasta tiedonsaannista. Alma Median näkemyksen mukaan veloitteen mukainen jakelu on kyettävä tuottamaan nykyistä tehokkaammin muun muassa yhdistämällä jakeluverkkoja ja hankkimalla jakelua ostopalveluina.

Suomalaiset yritykset tarvitsevat maailmanluokan markkinointiosaamista pärjätäkseen kilpailuilla ja yhä kansainvälisemmällä markkinoilla. Markkinointi on yksi kasvun moottoreista. Alma on yhdessä monen muun alan toimijan kanssa jakanut tietoa markkinoinnin vaikuttavuudesta ja sen tärkeydestä taloudellisen menestyksen saavuttamisessa. Syyskuussa julkaistu Mainosbarometri ennakoii markkinointi-investointien kasvua monen mullistavien vuosien jälkeen. On mielenkiintoista nähdä löytyykö yrityksiltä rohkeutta muuttaa aikomukset todellisiksi teoiksi – markkinointipanosten kasvattaminen olisi yksi keskeinen keino parantaa suomalaisten yritysten ja Suomen kilpailukykyä.

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2015 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

KONSERNIN							
TUNNUSLUKUJA	2016	2015	Muutos	2016	2015	Muutos	2015
milj. euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	80,9	68,0	18,9	259,6	212,9	21,9	291,5
Kotimaan toiminnot	64,4	57,2	12,6	205,8	181,9	13,2	246,9
Ulkomaan toiminnot	16,4	10,8	52,8	53,7	31,1	72,9	44,6
Oikaistut kokonaiskulut	72,0	60,6	18,8	235,6	197,0	19,6	268,7
Oikaistu käyttökatte	13,6	11,0	23,8	38,0	26,6	42,9	37,4
Käyttökate	13,4	10,8	23,7	33,9	28,4	19,3	34,5
Oikaistu liikevoitto	9,1	7,6	20,1	24,5	16,3	50,6	23,4
% liikevaihdosta	11,2	11,1		9,4	7,6		8,0
Liikevoitto (-tappio)	8,9	6,0	48,1	20,5	16,8	22,2	17,7
% liikevaihdosta	11,0	8,8		7,9	7,9		6,1
Tulos ennen veroja	8,2	5,1	61,8	19,2	15,4	24,9	16,8
Tilikauden tulos	6,5	3,7	77,9	15,0	11,8	27,1	12,1
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	21,7	14,9	46,3	15,6	15,3	1,8	10,4
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	13,8	9,6	44,2	10,4	9,9	5,2	6,9
Taseen loppusumma				328,4	252,3	30,2	328,2
Investoinnit	2,0	2,0	3,9	8,7	10,6	-17,7	60,2
Omavaraisuusaste-%				44,1	44,9	-1,8	42,5
Velkaantumisaste (gearing), %				51,0	58,7	-13,3	59,2
Korolliset nettovelat				67,7	62,1	9,1	76,2
Korollinen vieras pääoma				89,0	75,2	18,3	90,6
Koroton vieras pääoma				106,5	69,8	52,7	108,9
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	2 463	1 761	39,9	2 429	1 765	37,6	1 793
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	861	934	-7,8	851	963	-11,6	929
Osakekohtaiset tunnusluvut							
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,07	0,04	62,9	0,15	0,13	9,2	0,13
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,09	0,08	23,6	0,39	0,33	17,0	0,43
Oma pääoma/osake, EUR				1,38	1,19	15,6	1,35
Osinko/osake, EUR							0,12
Efekttiivinen osinkotuotto-%							4,0
Hinta/voitto-suhde (P/E)							23,1
Osakekannan markkina-arvo				397,1	194,8	103,9	247,1
Osakemäärä keskimäärin (1 000 osaketta) - laimentamaton ja laimennettu	82 383	75 487		82 383	75 487		76 394
Osakemäärä kauden lopussa (1 000 osaketta)	82 383	75 487		82 383	75 487		82 383

*) ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet

Alma Media ilmoitti 20.6.2016 julkaistussa tiedotteessa muuttavansa raportoinnissa käytettävää terminologiaa vastaamaan Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen (European Securities and Markets Authority, ESMA) suosituksia liittyen vaihtoehtoisiin tunnuslukuihin. Muutos tuli voimaan 22.7.2016 lähtien. Alma Median määritelmä aiemmin käytetylle "liikevoitto ennen kertaluonteisia eriä" muuttui muotoon "oikaistu liikevoitto". Vastaavasti käyttökate ilman kertaluonteisia eriä muuttui muotoon "oikaistu käyttökate". Määritelmä pysyi samana.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

Alma Median strategiassa painopisteinä ovat monikanavasisällöt, markkinointi- ja mainosratkaisut, digitaaliset palvelut sekä voimavarojen ja osaamisen kehittäminen.

Almassa päätettiin investoida kokonaisvaltaiseen digimainonnan jakelujärjestelmään, joka uudistaa ja tehostaa digimainonnan hallinnointia, optimointia, ennustamista, tuottoanalysointia ja ohjelmallisen ostamisen tekemistä. Digimainonnan jakelujärjestelmä otetaan käyttöön Alman uutis- ja lifestylemedioiden sekä markkinapaikkojen muodostamassa mediaverkostossa kokonaisuudessaan vuoden 2016 aikana.

Alma Media sekä yhdeksän muuta suurinta suomalaista mediayhtiötä tuovat syksyllä 2016 markkinoille yhteisen digitaalisen mainonnan markkinapaikan. Automated Guaranteed (takuuinventaarikauppa) -markkinapaikan kautta mediatoimistot voivat suunnitella ja ostaa digitaalista mainontaa helpommin ja nopeammin. Palvelussa ostaja voi muun muassa valita haluamansa mediat ja tuotteet, tarkistaa mainosnäyttöjen saatavuuden, neuvotella hinnat ja tehdä mainospaikkavaraukset. Markkinapaikka kattaa sekä desktop-, mobiili- että videomainonnan tuotteet.

Vahvistaakseen asemaansa digitaalisilla mediamarkkinoilla Alma Media osti katsauskauden aikana yhteiskunnalliseen keskusteluun erikoistuneen digitaalisen uutis- ja blogipalvelu Uuden Suomen liiketoiminnan. Uusi Suomi on kävijämäärältään yksi Suomen suurimmista verkkopalveluista. TNS Metrixin mittaama viikkotavoittavuusluku on tällä hetkellä keskimäärin noin 350 000 henkilöä. Uutispalvelun lisäksi Uusi Suomi tarjoaa lukijoidensa käyttöön blogipalvelut Puheenvuoron ja Vapaavuoron. Uusi Suomi liitettiin osaksi Alma Talentia.

Alma Talentin Talentum-kaupan Suomen liiketoimintoihin liittyvä integraatio on edennyt suunnitelmien mukaan. Alma Talentin palveluliiketoimintojen nimet harmonisoituvat syksyn aikana. Lisäksi kaikkien liiketoimintojen ilmeet muuttuvat Alma-brändin mukaisiksi. Liiketoiminnan digitaalisiin mediatuotteisiin ja -palveluihin keväällä laaditussa strategiassa siirryttiin hankkeiden toteuttamiseen. Kauppalehden aiempaa laajempi ja käytettävyydeltään parempi pörssipalvelu mobiililaitteissa julkaistiin. Kauppalehden verkkokäynneistä 49 prosenttia tehdään mobiililaitteilla. Rekrytointi-ilmoittelun myynnissä Alma Talentin ja Monsterin yhteistyö käynnistyi katsauskauden aikana Suomessa. Alma Talentin Ruotsin liiketoiminnoissa uudelleenjärjestelyt jatkuivat, mm. Ulf Magnusson nimitettiin Talentum Sweden Ab:n toimitusjohtajaksi ja Ruotsin medioissa toteutettiin päätoimittajavaihdoksia.

Hyvin vireät työmarkkinat, kuten Tšekissä ja Slovakiassa, edellyttävät työnhakijoiden aktivoimiseksi jatkuvaa työnhakupalveluiden kehittämistä. Aiemmin tänä vuonna Tšekissä lanseerattu maantieteellisesti lähimmät avoimet työpaikat vinkkaava mobiilipalvelu Pracezarohem.cz on otettu hyvin vastaan ja palvelun kävijämäärät ovat kasvaneet nopeasti. Lisäksi Tšekissä on tullut suosituksi Easytask.cz -verkkopalvelu, joka välittää tilapäistyövoimaa yrityksille.

Alma News & Lifen verkkotelevisio IL-TV:ssä on siirrytty ohjelmien ja ohjelmaformaattien lisäksi tuottamaan mainosvideoita ja TV-mainoksia. IL-TV on ollut Suomessa ensimmäisten nettivideopalveluiden joukossa aloittaessaan vuonna 2007. Katsauskaudella IL-TV ylsi jo yli viiteen miljoonaan käynnistykseen viikoittain, mikä on merkittävä määrä kansainvälisestikin.

Alma Median taloudelliset tavoitteet	2012	2013	2014	2015	1-9 / 2016	Tavoitetaso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	36,8 %	8,4 %	11,9 %	8,7 %	30,6 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	13,8 %	10,0%	9,8 %	6,9 %	10,4 %	> 15 %
Osinkosuhde*	45 %	50 %	63 %	92 %	n/a	> 50 %

* sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille

Talentumin vähemmistöosakkeita koskeva lunastusmenettely päättynyt

Alma Media tiedotti 31.8. Talentumin vähemmistöosakkeita koskevan lunastusmenettelyn päättymisestä.

Keskuskauppakamarin lunastuslautakunnan nimeämä välimiesoikeus antoi 7.6.2016 päätöksen Talentumin vähemmistöosakkeenomistajien osakkeita koskevassa lunastusmenettelyssä. Päätöksen mukaan Talentumin osakkeen lunastushinta oli 1,42 euroa osakkeelta, joka vastasi Alma Median Talentumin osakkeita koskevassa vapaaehtoisessa julkisessa ostotarjouksessa tarjoamaa hintaa. Koska välimiesoikeuden päätöksestä ei määräpäivään mennessä valitettu, se tuli lainvoimaiseksi elokuussa 2016, ja päätöksen mukainen lunastushinta jäi lopulliseksi.

Alma Media maksoi lunastushinnan korkoineen Talentumin vähemmistöosakkaille 8.7.2016 mennessä. Lunastushinnalle maksettiin korkoa 10.12.2015 lukien. Korko oli lakimääräinen viitekorko, joka on ollut 30.6.2016 saakka 0,5 % ja 1.7.2016 lähtien 0,0 %.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Vuoden kolmannella neljänneksellä mainonnan kokonaismäärä kasvoi Suomessa TNS Media Intelligencen mukaan 1,1 (laski 4,6) % ja verkkomediamainonta kasvoi Suomessa heinä–syyskuussa 14,9 (1,2) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 4,2 (laski 6,1) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski heinä–syyskuussa 4,0 (laski 17,1) %. Iltaapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski vuoden 2016 toisella neljänneksellä 14,4 (laski 20,6) %.

Vuoden 2016 tammi–syyskuussa mainonnan kokonaismäärä kasvoi Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 2,9 (laski 0,4) %. Verkkomediamainonta kasvoi Ruotsissa 13,4 %. Ruotsissa ammattilehtien mainonnan määrä laski 14,8 (laski 24,4) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan BKT kasvaa vuonna 2016 Tšekissä 2,1 (4,2) %. Tšekin keskuspankki CNB arvioi BKT:n kasvavan 2,4 % vuonna 2016. Slovakiassa EU komission ennuste BKT:n kasvuksi vuodelle 2016 on 3,2 (3,6) %. Keskuspankki NBS arvioi Slovakian BKT:n kasvuksi 3,5 % vuonna 2016.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2016

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy osti tammikuussa 2016 Raksa ja KotiKauppa Oy:n (NettiKoti) osakekannasta 51 %. Hankittu liiketoiminta yhdistellään Alma Media -konserniin täysimääräisesti. NettiKoti toteuttaa toiminnanohjausjärjestelmiä sekä uudis- että korjausrakentamisen tarpeisiin.

Alma Career Oy:n tytäryhtiö LMC s.r.o osti tammikuussa 2016 tšekkiläisen start-upin Jobote s.r.o'n, joka kehittää rekrytointiin käytettävää uutta ohjelmistoteknologiaa.

Alma Media Oyj kasvatti huhtikuussa 2016 omistustaan Rantapallo Oy:ssä 35:stä 79 %:iin osakkeista. Rantapallo.fi on vuonna 2007 perustettu matkailun kokonaisvaltainen verkkopalvelu, joka tarjoaa tietoa, inspiraatiota ja palveluita matkailusta kiinnostuneille lukijoille. Samanaikaisesti Rantapallo Oy osti liiketoimintakaupalla Matkapörssi Oy:n ja LT Lentokeskus Oy:n liiketoiminnot. Matkapörssi on verkossa toimiva matkapalvelu. Matkapörssin sisaryhtiö LT Lentokeskus tarjoaa B2B-palveluita matkatoimistoille.

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy kasvatti kesäkuussa 2016 omistustaan Remonttibulevardi Oy:ssä (Urakkamaailma.fi) 30:sta 51 %:iin ja hankitti liiketoiminta yhdistellään Alma Media -konserniin täysimääräisesti. Urakkamaailma.fi on vuonna 2012 lanseerattu palvelu, jonka avulla kuluttajat ja taloyhtiöt voivat löytää taustatarkistettuja urakoitsijoita arvosteluineen kaikkiin remontti- ja rakennustöihin.

Alma Media osti syyskuussa 2016 yhteiskunnalliseen keskusteluun erikoistuneen digitaalisen uutis- ja blogipalvelu Uuden Suomen liiketoiminnan. Uuden Suomen liiketoiminta raportoidaan osana Alma Talent- segmenttiä.

Konsernin liikevaihto ja tulos heinä—syyskuussa 2016

Liikevaihto kasvoi vuoden kolmannella neljänneksellä 18,9 % 80,9 (68,0) milj. euroon. Marraskuussa 2015 hankitun Talentum-konsernin sekä vuoden 2015 myytyjen liiketoimintojen vaikutus huomioiden liikevaihdon kasvu oli 1,0 %.

Sisältöliikevaihto kasvoi 18,8 % 30,1 (25,3) milj.euroon. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto laski 6,7 % johtuen painetun median levikkien pienenemisestä.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 15,9 % 38,8 (33,4) milj.euroon. Talentum-konsernin vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 2,5 milj. euroa. Painettujen lehtien mainosmyynti kasvoi 5,5 % vertailukauden tasosta ja oli 14,8 (14,0) milj.euroa. Verkkomainosmyynti kasvoi 23,7 % 24,0 (19,4) milj.euroon.

Palveluliikevaihto oli 12,1 (9,3) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Kokonaiskulut kasvoivat kolmannella neljänneksellä 10,0 milj. euroa eli 16,1 %, ja olivat 72,2 (62,2) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,6 (3,5) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto oli 9,1 (7,6) milj. euroa, 11,2 % (11,1 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 8,9 (6,0) milj. euroa, 11,0 % (8,8 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,2 (-1,6) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyihin sekä vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät pääosin myyntivoittoihin sekä uudelleenjärjestelykuluihin.

Heinä—syyskuun 2016 tulos oli 6,5 (3,7) milj. euroa ja oikaistu tulos 6,7 (5,2) milj. euroa.

Konsernin liikevaihto ja tulos tammi—syyskuussa 2016

Liikevaihto kasvoi tammi—syyskuussa 21,9 % 259,6 (212,9) milj. euroon. Marraskuussa 2015 hankitun Talentum-konsernin sekä vuoden 2015 myytyjen liiketoimintojen vaikutus huomioiden liikevaihdon kasvu oli 1,9 %.

Sisältöliikevaihto kasvoi 26,0 % 95,1 (75,4) milj. euroon. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto laski 4,0 % johtuen painetun median levikkien pienenemisestä.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 16,5 % 125,1 (107,3) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti kasvoi 4,3 % vertailukauden tasosta ja oli 50,6 (48,6) milj. euroa. Verkkomainosmyynti kasvoi 26,9 % 74,6 (58,8) milj. euroon. Talentum-konsernin vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 9,7 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 39,5 (30,2) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Kokonaiskulut kasvoivat tammi—syyskuussa 41,3 milj. euroa eli 20,7 %, ja olivat 240,6 (199,3) milj. euroa. Vuoden 2015 yritysjärjestelyt huomioiden konsernin kokonaiskulut laskivat 1,2 %. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 13,4 (11,7) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto oli 24,5 (16,3) milj. euroa, 9,4 % (7,6 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 20,5 (16,8) milj. euroa, 7,9 % (7,9 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -4,0 (0,5) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyihin sekä vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoihin.

Tammi—syyskuun 2016 tulos oli 15,0 (11,8) milj. euroa ja oikaistu tulos 19,0 (11,3) milj. euroa.

Liiketoimintasegmentit

Konserni uudisti segmenttiraportointia vuoden 2016 alusta lukien ja antoi asiasta tiedotteen 20.4.2016. Konsernin segmenttiraportoinnissa tapahtuneet muutokset:

- segmenttien nimet muuttuivat
- konsernissa aiemmin Digitaalisissa kulujattapalveluissa raportoidun Alma Diverson liiketoiminnot ovat siirtyneet osaksi Alma News & Life- ja Alma Regions -segmenttejä.
- E-kontaktiliiketoiminnan liikevaihto on siirretty palveluliikevaihdosta osaksi mainosmyyntiä.
- Lisäksi merkittävä osa JM Tiedon liikevaihdosta käsitellään jatkossa verkkoliiketoimintana, kun se aikaisemmin käsiteltiin muuna kuin verkkoliiketoimintana.

Alma Median raportoitavat segmentit ovat Alma Markets (aikaisemmin Digitaaliset kuluttajapalvelut), Alma Talent (aikaisemmin Talousmedia ja yrityspalvelut), Alma News & Life (aikaisemmin Valtakunnallinen kuluttajamedia) ja Alma Regions (aikaisemmin Aluemia). Konsernin emoyhtiön ja Talentum Oyj:n tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan sekä digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella.

Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä. Samankaltaisia tuotteita ja palveluja tuottavat toiminnot on yhdistelty toimintasegmenteiksi, koska niiden taloudellinen tuloksellisuus ja ominaispiirteet ovat samanlaisia.

Raportoitavien segmenttien rakenteen ja koostumuksen muututtua Alma Media on IFRS 8 Toimintasegmentit -standardin mukaisesti oikaissut segmentti-informaation vastaavat erät vertailukaudelta 2015. Osavuositarkastuksen taulukoissa on esitetty yhteenveto muutoksen vaikutuksesta sekä uuden segmenttikoostumuksen mukaiset segmenttien liikevaihto ja liikevoitto.

LIKEVAIHTO JA -VOITTO SEGMENTEITTÄIN

LIKEVAIHTO milj. euroa	2016 7—9	2015 7—9	Muutos %	2016 1—9	2015 1—9	Muutos %	2015 1—12
Alma Markets							
Ulkoinen liikevaihto	17,3	14,6		51,6	43,0		58,7
Segmenttien välinen liikevaihto	-0,1	0,1		-0,2	0,2		0,3
Alma Markets yhteensä	17,2	14,7	16,7	51,4	43,2	19,0	59,0
Alma Talent							
Ulkoinen liikevaihto	21,9	12,1		79,3	39,1		56,3
Segmenttien välinen liikevaihto	1,1	0,4		3,5	1,1		2,2
Alma Talent yhteensä	23,0	12,5	84,1	82,8	40,3	105,5	58,5
Alma News & Life							
Ulkoinen liikevaihto	7,8	9,1		24,2	27,8		36,6
Segmenttien välinen liikevaihto	3,3	1,4		9,9	4,6		7,5
Alma News & Life yhteensä	11,1	10,4	5,9	34,0	32,4	5,1	44,1
Alma Regions							
Ulkoinen liikevaihto	28,8	30,0		88,6	95,8		128,1
Segmenttien välinen liikevaihto	1,8	1,5		5,6	4,8		6,4
Alma Regions yhteensä	30,5	31,6	-3,4	94,3	100,6	-6,3	134,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,9	-1,2		-2,9	-3,5		-4,6
Yhteensä	80,9	68,0	18,9	259,6	212,9	21,9	291,5
OIKAISTU LIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2016 7—9	2015 7—9	Muutos %	2016 1—9	2015 1—9	Muutos %	2015 1—12
Alma Markets	5,3	4,2	28,4	15,3	11,2	36,9	13,8
Alma Talent	2,1	2,1	-3,0	7,7	5,9	29,8	8,0
Alma News & Life	1,8	0,6	184,0	5,1	1,2	345,1	2,8
Alma Regions	2,0	2,6	-20,9	5,2	5,1	2,5	8,3
Segmentit yhteensä	11,2	9,5	18,3	33,3	23,3	42,9	32,9
Kohdistamattomat toiminnot	-2,2	-1,9	-11,4	-8,8	-7,0	-25,1	-9,5
Yhteensä	9,1	7,6	20,1	24,5	16,3	50,6	23,4
OIKAISTUT ERÄT milj. euroa	2016 7—9	2015 7—9	Muutos %	2016 1—9	2015 1—9	Muutos %	2015 1—12
Alma Markets				0,0			0,0
Alma Talent	-0,2	-1,4	84,5	-3,2	-0,8	-287,1	-1,0
Alma News & Life				0,9			-0,8
Alma Regions		-0,2	100,0	-1,3	-0,4	-206,3	-3,6
Segmentit yhteensä	-0,2	-1,6	86,2	-3,6	-1,2	-184,5	-5,5
Kohdistamattomat toiminnot				-0,5	1,7	-127,3	-0,3
Yhteensä	-0,2	-1,6	86,2	-4,0	0,5	-937,8	-5,7
LIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2016 7—9	2015 7—9	Muutos %	2016 1—9	2015 1—9	Muutos %	2015 1—12
Alma Markets	5,3	4,2	28,4	15,3	11,2	37,2	13,8
Alma Talent	1,8	0,7	154,5	4,5	5,1	-11,8	6,9
Alma News & Life	1,8	0,6	184,0	6,1	1,2	423,4	1,9
Alma Regions	2,0	2,4	-15,1	3,9	4,6	-16,1	4,8
Segmentit yhteensä	11,0	7,9	39,1	29,7	22,1	34,9	27,4
Kohdistamattomat toiminnot	-2,2	-1,9	-11,4	-9,3	-5,3	-75,0	-9,7
Yhteensä	8,9	6,0	48,1	20,5	16,8	22,3	17,7

Alma Markets

Alma Markets –segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Monster.fi, Jobs.cz, Prace.cz, CV Online, Profesia.sk, MojPosao.net, Monster.hu, Monsterpolska.pl, Monster.cz. ja Jobote.com.

Segmenttiin kuuluu useita verkkopalveluja: asumiseen liittyvät Etuovi.com, Vuokraovi.com ja Urakkamaailma.fi, matkailuportaali Gofinland.fi, autoalan palveluihin liittyvät Autotalli.com, Autosofta ja Alkali. Segmentissä raportoidaan myös uudis- ja korjausrakentamisen toiminnanohjausjärjestelmien ohjelmistoihin keskittynyt NettiKoti ja Kivi –kiinteistövälitysjärjestelmä.

AVAINLUVUT	2016	2015	Muutos	2016	2015	Muutos	2015
(milj. euroa)	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	17,2	14,7	16,7	51,4	43,2	19,0	59,0
Mainosmyynnin liikevaihto	15,8	13,8	14,5	47,6	40,5	17,3	55,3
Palveluliikevaihto	1,3	0,9	53,2	3,8	2,6	45,3	3,7
Oikaistut kokonaiskulut	11,8	10,6	11,9	36,2	32,1	12,7	45,4
Oikaistu käyttökate	6,6	5,4	22,3	19,1	14,9	28,0	18,8
Käyttökate	6,6	5,4	22,3	19,2	14,9	28,2	18,8
Oikaistu liikevoitto	5,3	4,2	28,4	15,3	11,2	36,9	13,8
% liikevaihdosta	31,2	28,3		29,7	25,8		23,3
Liikevoitto	5,3	4,2	28,4	15,3	11,2	37,2	13,8
% liikevaihdosta	31,2	28,3		29,8	25,8		23,3
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	548	499	9,8	534	501	6,6	502
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	17,2	14,7	16,7	51,4	43,2	19,0	59,0
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2016	2015	Muutos	2016	2015	Muutos	2015
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Verkkopalvelut, selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl*)							
Etuovi.com	836,4	710,9	17,7	809,4	615,9	31,4	665,7
Autotalli.com	151,9	124,10	22,4	133,8	128,7	4,0	121,1

*) Etuovi.com ja Autotalli.com selaimia viikossa keskimäärin tieto perustuu Google Analyticsin tuottamaan kävijämääräseurantaan vuoden 2016 osalta ja TNS Gallupin seurantaan vuoden 2015 osalta.

Heinäkuu—syyskuu 2016

Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 16,7 % ja oli 17,2 (14,7) milj. euroa. Kotimaan liikevaihto kasvoi kaikilla liiketoiminta-alueilla: asumiseen, autoiluun ja rekrytointiin liittyvissä palveluissa. Ulkomaan rekrytointiliiketoiminnoissa vahva kasvu jatkui. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 15,0 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 75,6 (76,8) % vuoden 2016 kolmannella neljänneksellä. Yrityshankinnat (Autosofta, NettiKoti, Urakkamaailma) kasvattivat liikevaihtoa 0,4 milj. euroa.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 11,8 (10,6) milj. euroa. Kokonaiskulujen kasvu johtui panostuksista myyntiin ja markkinointiin sekä ICT-toimintoihin.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden kolmannella neljänneksellä 5,3 (4,2) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 31,2 % (28,3 %) liikevaihdosta. Yrityshankinnat (Autosofta, NettiKoti, Urakkamaailma) kasvattivat oikaistua liikevoittoa 0,2 milj. euroa. Segmentin liikevoitto oli 5,3 (4,2) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammikuu—syyskuu 2016

Vuoden 2016 tammi—syyskuussa Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 19,0 % ja oli 51,4 (43,2) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 76,1 (76,7) % vuoden 2016 tammi—syyskuussa. Yrityshankinnat (Autosofta, NettiKoti, Urakkamaailma) kasvattivat liikevaihtoa 1,1 milj. euroa.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 36,2 (32,1) milj. euroa.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden 2016 tammi—syyskuussa 15,3 (11,2) milj. euroa. Segmentin liikevoitto oli 15,3 (11,2) milj. euroa. Yrityshankinnat (Autosofta, NettiKoti, Urakkamaailma) kasvattivat oikaistua liikevoittoa 0,2 milj. euroa. Katsauskauden kertaluonteiset erät liittyivät yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneisiin vaiheittaisiin voittoihin.

Alma Talent

Alma Talent –liiketoimintasegmentti julkaisee 20 ammatti- ja talousmediaa sekä kirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta ja tietopalveluja. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa. Alma Talentin medioita ovat muun muassa Kauppalehti, Uusi Suomi, Talouselämä, Tekniikka & Talous, Markkinointi&Mainonta, Arvopaperi ja Tivi. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden, Ny Teknik ja Dagens Media.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2016 7—9	2015 7—9	Muutos %	2016 1—9	2015 1—9	Muutos %	2015 1—12
Liikevaihto	23,0	12,5	84,1	82,8	40,3	105,5	58,5
Sisältöliikevaihto	10,1	4,0	150,1	36,0	11,8	204,6	19,7
Mainosmyynnin liikevaihto	6,1	3,3	86,8	22,0	11,4	92,7	17,2
Palveluliikevaihto	6,8	5,2	31,3	24,8	17,0	45,4	21,6
Oikaistut kokonaiskulut	21,0	10,4	101,4	75,4	34,4	119,0	50,7
Oikaistu käyttökate	3,1	2,3	32,2	10,6	6,5	63,5	9,0
Käyttökate	2,8	2,3	22,8	7,4	7,1	5,1	9,1
Oikaistu liikevoitto	2,1	2,1	-3,0	7,7	5,9	29,8	8,0
% liikevaihdosta	9,0	17,1		9,3	14,7		13,6
Liikevoitto	1,8	0,7	154,5	4,5	5,1	-11,8	6,9
% liikevaihdosta	8,0	5,8		5,4	12,7		11,9
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	1 076	247	339,6	1 012	243	316,3	287
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	7,9	5,8	35,8	25,6	18,4	39,0	25,8
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	34,3	46,5		30,9	45,7		44,1
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2016 7—9	2015 7—9	Muutos %	2016 1—9	2015 1—9	Muutos %	2015 1—12
Verkkopalvelut, selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl*)							
Kauppalehti.fi	959,2	974,0	-1,5	1025,1	994,7	3,1	1 026,7
Talouselama.fi	247,6	347,9	-28,8	272,8	306,7	0,0	307,8
Tarkastettu levikki (1000 kpl)							1—12
Kauppalehti, printti							47,7
Kauppalehti, verkko							53,3
Talouselämä, printti							75,1
Talouselämä, verkko							6,7

*) Verkkopalveluiden selaimia (aikaisemmin eri selaimia) viikossa keskimäärin perustuu TNS Gallupin seurantaan.

Heinäkuu—syyskuu 2016

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi 84,1 % 23,0 (12,5) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 34,3 % (46,5) %. Syyskuussa 2015 myydyin Alma360-liiketoiminnan vaikutus liikevaihdon laskuun oli 2,3 milj. euroa. Talentum-hankinta huomioiden vertailukelpoinen liikevaihto laski 6,5 %. Liikevaihto laski erityisesti Ruotsin mainosmyynnissä sekä Events- tapahtumaliiketoiminnassa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto kasvoi 150,1 % ja oli 10,1 (4,0) milj. euroa. Talentum-liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 6,2 milj. euroa.

Vuoden kolmannen neljänneksen mainosmyynti oli 6,1 (3,3) milj. euroa. Talentum-liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 2,5 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 21,0 (10,4) milj. euroa. Yritysjärjestelyiden vaikutus huomioiden oikaistut kulut laskivat 8,6 %. Talentum-integraation arvioidut kustannussynergiat on saavutettu suunnitellusti.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,1 (2,1) milj. euroa ja liikevoitto 1,8 (0,7) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 9,0 % (17,1 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät uudelleenjärjestelyihin ja vertailukauden oikaistut erät vaiheittaisen hankintaan liittyvään myyntivoittoon.

Tammikuu—syyskuu 2016

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi 105,5 % 82,8 (40,3) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 30,9 % (45,7 %). Marraskuussa 2015 hankitun Talentum-liiketoimintojen sekä syyskuussa 2015 myydyin Alma360-liiketoiminnan vaikutus huomioiden segmentin liikevaihto laski 1,4 %.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto kasvoi 204,6 % ja oli 36,0 (11,8) milj. euroa. Digitaalisten sisältötuottojen kasvu kattoi painetun median sisältötuottojen laskua. Talentum-liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 24,5 milj. euroa.

Vuoden 2016 tammi—syyskuun mainosmyynti oli 22,0 (11,4) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa kasvoi 80,1 % vertailukaudesta. Talentum-konsernin vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 9,7 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 75,4 (34,4) milj. euroa. Vuoden 2015 aikana tehdyt yritysjärjestelyt huomioiden segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,9 %.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 7,7 (5,9) milj. euroa ja liikevoitto 4,5 (5,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 9,3 % (14,7 %) liikevaihdosta. Vuoden 2016 oikaistut erät – 3,0 milj. euroa liittyivät uudelleenjärjestelyihin ja vertailukauden oikaistut erät 0,6 milj. euroa vaiheittaisen hankintaan liittyvään myyntivoittoon.

Alma News & Life

Alma News & Life –segmenttiin kuuluvat valtakunnallisen Iltalehden eri digitaaliset ja painetut uutis- ja lifestyle -sisällöt. Lisäksi segmentissä raportoidaan verkkopalvelut Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi ja Rantapallo.fi.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2016 7–9	2015 7–9	Muutos %	2016 1–9	2015 1–9	Muutos %	2015 1–12
Liikevaihto	11,1	10,4	5,9	34,0	32,4	5,1	44,1
Sisältöliikevaihto	5,5	6,3	-13,0	16,4	18,8	-12,6	24,7
Mainosmyynnin liikevaihto	5,4	4,1	31,1	17,2	13,5	27,3	19,3
Palvelumyynti	0,2	0,0	923,1	0,4	0,1	427,4	0,1
Oikaistut kokonaiskulut	9,3	9,8	-5,5	28,9	31,2	-7,4	41,4
Oikaistu käyttökate	1,9	0,7	190,2	5,5	1,3	323,7	2,9
Käyttökate	1,9	0,7	190,2	6,4	1,3	393,6	2,6
Oikaistu liikevoitto	1,8	0,6	184,0	5,1	1,2	345,1	2,8
% liikevaihdosta	16,2	6,0		15,1	3,6		6,2
Liikevoitto	1,8	0,6	184,0	6,1	1,2	423,4	1,9
% liikevaihdosta	16,2	6,0		17,8	3,6		4,3

Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	152	162	-6,1	149	159	-6,2	158
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	5,1	3,1	64,4	14,4	10,1	41,9	14,9
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	46,2	29,8		42,3	31,3		33,8
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT							
	2016	2015		2016	2015		2015
	7—9	7—9		1—9	1—9		1—12
Verkkopalvelut, selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl*)							
Iltalehti.fi	5234,9	5504,2	-4,9	5320,4	5486,6	-3,0	5523,5
Telkku.com	499,0	626,5	-20,4	558,2	751,0	-25,7	723,9

*) Verkkopalveluiden selaimia (aikaisemmin eri selaimia) viikossa keskimäärin perustuu TNS Gallupin seurantaan.

Heinäkuu—syyskuu 2016

Alma News & Life -segmentin liikevaihto kasvoi heinä—syyskuussa 5,9 % 11,1 (10,4) milj. euroon Iltalehden verkkomainonnan kasvun seurauksena. Katsauskaudella hankitun Rantapallon vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,5 milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 46,2 % (29,8 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski heinä—syyskuussa 13,0 % 5,5 (6,3) milj. euroon, mikä johtui painetun Iltalehden levikin laskusta.

Segmentin mainosmyynti nousi 31,1 % ja oli 5,4 (4,1) milj. euroa. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 39,6 % ja oli 4,3 (3,1) milj. euroa. Kasvua oli erityisesti ohjelmallisissa ostamisissa ja sen osuus Iltalehden verkkomainosmyynnistä oli 34,8 (6,6) %. Rantapallon hankinnan vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 0,4 milj. euroa. Painetun median mainosmyynti kasvoi 5,9 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 9,3 (9,8) milj. euroa. Kokonaiskulujen laskuun vaikutti erityisesti paino- ja jakelukulujen väheneminen painetun median myynnin laskun myötä sekä sisällöntuotannon palveluostojen vähentyminen. Rantapallon vaikutus kulujen kasvuun oli 0,4 milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 1,8 (0,6) milj. euroa, 16,2 % (6,0 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 1,8 (0,6) milj. euroa.

Tammikuu—syyskuu 2016

Alma News & Life -segmentin liikevaihto kasvoi tammi—syyskuussa 5,1 % 34,0 (32,4) milj. euroon verkkomainonnan kasvun seurauksena. Katsauskaudella hankitun Rantapallon vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,9 milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 42,3 % (31,3 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi—syyskuussa 12,6 % 16,4 (18,8) milj. euroon johtuen Iltalehden levikin laskusta. Segmentin mainosmyynti nousi 27,3 % ja oli 17,2 (13,5) milj. euroa. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 33,6 % ja oli 13,4 (10,0) milj. euroa. Rantapallon hankinnan vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 0,6 milj. euroa. Painetun median mainosmyynti kasvoi 9,9 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 28,9 (31,2) milj. euroa. Kokonaiskulujen laskuun vaikuttivat erityisesti paino- ja jakelukulujen väheneminen painetun median myynnin laskun myötä sekä sisällöntuotannon palveluostojen vähentyminen. Rantapallon vaikutus kulujen kasvuun oli 0,9 milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,1 (1,2) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 15,1 % (3,6 %) liikevaihdosta. Tammi—kesäkuun oikaistut erät liittyivät Rantapallon vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon (alustava).

Alma Regions

Alma Regions -segmentissä raportoidaan Aamulehden, Satakunnan Kansan, Lapin Kansan/Pohjolan Sanomien sekä useiden paikallis- ja kaupunkilehti- kustannustoiminta sekä painettuna että verkossa. Myös paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu sisältyy segmenttiin.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2016 7—9	2015 7—9	Muutos %	2016 1—9	2015 1—9	Muutos %	2015 1—12
Liikevaihto	30,5	31,6	-3,4	94,3	100,6	-6,3	134,5
Sisältöliikevaihto	14,5	15,0	-3,2	42,7	44,9	-4,9	59,8
Mainosmyynnin liikevaihto	11,5	12,2	-5,9	38,4	41,9	-8,3	56,4
Palveluliikevaihto	4,5	4,4	3,0	13,2	13,8	-4,4	18,3
Oikaistut kokonaiskulut	28,6	29,1	-1,7	89,2	95,7	-6,8	126,4
Oikaistu käyttökate	2,9	3,4	-14,5	7,8	7,6	2,4	11,8
Käyttökate	2,9	3,3	-9,9	6,5	7,2	-9,6	9,3
Oikaistu liikevoitto	2,0	2,6	-20,9	5,2	5,1	2,5	8,3
% liikevaihdosta	6,7	8,2		5,5	5,0		6,2
Liikevoitto	2,0	2,4	-15,1	3,9	4,6	-16,1	4,8
% liikevaihdosta	6,7	7,6		4,1	4,6		3,5
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	536	680	-21,1	572	692	-17,3	677
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	861	934	-7,8	851	963	-11,6	929
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	2,2	1,0	116,4	6,5	3,4	89,9	4,8
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	7,3	3,3		6,9	3,4		3,6
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2016 7—9	2015 7—9		2016 1—9	2015 1—9		2015 1—12
Verkkopalvelut, selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl*)							
Aamulehti.fi	658,9	559,0	17,9	622,9	507,1	22,8	544,4
Tarkastettu levikki (1000 kpl)							
Aamulehti							100,2
Painovolyymi (1 000 kpl)	79 747	71 743		221 274	209 118		277 578
Paperin käyttö (tonnia)	6 755	5 927		19 560	17 848		23 966

*) Verkkopalveluiden selaimia (aikaisemmin eri selaimia) viikossa keskimäärin perustuu TNS Gallupin seurantaan.

Heinäkuu—syyskuu 2016

Alma Regions -segmentin liikevaihto oli heinä—syyskuussa 30,5 (31,6) milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 7,3 % (3,3 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski heinä—syyskuussa 3,2 % 14,5 (15,0) milj. euroon. Segmentin mainosmyynti laski 5,9 % ja oli 11,5 (12,2) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 7,5 %. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 25,2 % ja oli 0,8 (0,6) milj. euroa. Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 3,0 % 4,5 (4,4) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 28,6 (29,1) milj. euroa ja kokonaiskulut 28,6 (29,3) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat niin sanomalehtien kuin painotoiminnan tehostamistoimenpiteet.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,0 (2,6) milj. euroa ja liikevoitto 2,0 (2,4) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 6,7 % (8,2 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella ei ole raportoitu kertaluonteisia eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

Tammi—syyskuu 2016

Alma Regions -segmentin liikevaihto laski tammi—syyskuussa 6,3 % 94,3 (100,6) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 6,9% (3,4%). Vuonna 2015 myytyjen lehtien vaikutus liikevaihdon laskuun oli 2,0 milj. euroa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi—syyskuussa 4,9 % 42,7 (44,9) milj. euroon. Vuonna 2015 myytyjen lehtien vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 0,9 milj. euroa. Segmentin mainosmyynti laski 8,3 % ja oli 38,4 (41,9) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 10,2 %. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 31,8 % ja oli 2,6 (1,9) milj. euroa. Vuonna 2015 myytyjen lehtien vaikutus mainosmyynnin laskuun oli 1,1 milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto laski 4,4 % 13,2 (13,8) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 89,2 (95,7) milj. euroa ja kokonaiskulut 90,5 (96,5) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat niin sanomalehtien kuin painotoiminnan tehostamistoimenpiteet. Myytyjen lehtien vaikutus kululaskuun oli 2,5 milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,2 (5,1) milj. euroa ja liikevoitto 3,9 (4,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 5,5 % (5,0 %) liikevaihdosta. Ensimmäisen vuosipuoliskon oikaistut uudelleenjärjestelykulut olivat 1,3 milj. euroa. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät kiinteistön myyntivoittoon sekä toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

Osakkuusyhtiöt

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy hankki tammikuussa 2016 omistukseensa 24% autohuollon kilpailutuspalveluita tarjoavan AutoJerry Oy:n osakekannasta.

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN

TULOKSISTA (milj. euroa)	2016 7—9	2015 7—9	2016 1—9	2015 1—9	2015 1—12
Alma Markets	0,1	0,0	0,2	0,1	0,3
Alma Talent	0,0	0,0	0,3	0,5	1,0
Alma News & Life			0,0		
Alma Regions			0,0	0,0	
Muut osakkuusyhtiöt	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3
Yhteensä	0,3	0,3	0,9	0,8	1,6

* Vertailukaudella Alma Talent sisältää Alma Media konsernin osuuden Talentum Oyj:n tuloksesta.

Liikevoittoa oikaisevat erät

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

OIKAISTUT ERÄT milj. euroa	2016 7—9	2015 7—9	2016 1—9	2015 1—9	2015 1—12
Alma Markets					
Arvonalentumistappiot					
Uudelleenjärjestelykulut					
Myyntivoitot			0,0		
Alma Talent					
Arvonalentumistappiot		-1,4		-1,4	-1,2
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2		-3,2		
Myyntivoitot ja -tappiot				0,6	0,2
Alma News & Life					
Arvonalentumistappiot					-0,5

Uudelleenjärjestelykulut					-0,3
Myyntivoitot ja -tappiot		0,9			
Alma Regions					
Arvonalentumistappiot					-1,1
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2	-1,3	-0,8		-2,8
Myyntivoitot ja -tappiot			0,3		0,3
Kohdistamattomat					
Arvonalentumistappiot					
Uudelleenjärjestelykulut		-0,5	-0,1		-0,5
Talentum yritysjärjestelyn kulut					-1,8
Myyntivoitot ja -tappiot			1,9		2,0
LIIKEVOITON OIKAISTUT ERÄT	-0,2	-1,6	-4,0	0,5	-5,7
OIKAISTUT ERÄT TULOSESSA ENNEN VEROJA	-0,2	-1,6	-4,0	0,5	-5,7

Tase ja rahoitusasema

Konsernitaseen loppusumma oli syyskuun 2016 lopussa 328,4 (252,3) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 44,1 % (44,9 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,38 (1,19) euroa.

Konsernin liike toiminnan rahavirta oli heinä—syyskuussa 7,8 (5,8) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 2,2 (1,3) milj. euroa. Konsernin liike toiminnan rahavirta oli tammi—syyskuussa 31,9 (25,0) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 20,1 (19,4) milj. euroa.

Konsernilla oli korollisia velkoja syyskuun lopussa yhteensä 89,0 (75,2) milj. euroa. Korollisista veloista rahoitusleasingvelkoja oli yhteensä 61,4 milj. euroa, lainoja rahoituslaitoksilta 12,5 milj. euroa ja lyhytaikaisia yritystodistuksia 15,0 milj. euroa. Syyskuun lopussa konsernin korollinen nettovelka oli 67,7 (62,1) milj. euroa.

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 15,0 milj. euron sekä yksi 20 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.9.2016 kokonaan käyttämättä. Sen lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelmasta oli 30.9.2016 käytetty 15,0 milj. euroa

Alma Medialla ei ollut yritys järjestelyiden yhteydessä syntyneiden käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 30.9.2016. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 1,0 milj. euroa.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi—syyskuussa 2016 yhteensä 8,7 (10,6) milj. euroa. Investoinnit koostuivat pääsääntöisesti Jobote s.r.o'n, Raksa ja KotiKauppa Oy:n, Rantapallo Oy:n, Remonttibulevardi Oy:n ja Uusi Suomi -liike toiminnan hankinnoista sekä normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT	2016	2015	2016	2015	2015
milj. euroa	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Alma Markets	0,3	0,5	1,5	0,8	3,1
Alma Talent	1,1	0,8	1,6	7,2	53,7
Alma News & Life	0,0	0,2	3,3	0,4	0,4
Alma Region	0,1	0,2	0,8	1,0	1,4
Segmentit yhteensä	1,4	1,7	7,2	9,4	58,6
Kohdistamattomat toiminnot	0,6	0,2	1,5	1,2	1,6
Yhteensä	2,0	2,0	8,7	10,6	60,2

Hallinto

Katsauskauden aikana Alma Media otti käyttöön 3.7.2016 voimaantulleen markkinoiden väärinkäyttöasetuksen (MAR) noudattamiseen liittyvät prosessit ja toimintatavat yhtiössä.

Osake

Heinä-syyskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 383 965 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,7 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätoskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.9.2016 oli 4,82 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 3,57 euroa ja ylin 5,43 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 397,1 milj. euroa (194,8 milj. euroa 30.9.2015)

Optio-ohjelma ja osakepalkkiojärjestelmä

Alma Median optio-ohjelma 2009 päättyi 31.3.2016.

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi vuonna 2015 uuden pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja erälle avainhenkilöille ja päätti maaliskuussa 2016 sen pohjalta vuonna 2016 alkavasta seuraavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2016). Kannustinjärjestely 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. Osakepalkkio-ohjelmiin on oikeutettu osallistumaan enintään 43 henkilöä (LTI 2016) ja 35 henkilöä (LTI 2015).

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuonna 2016 yhtiö ei ole vastaanottanut Arvopaperimarkkinalain 9 luvun 5 pykälän mukaisia ilmoituksia omistussuuden muuttumisesta.

Riskit ja riskienhallinta

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

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit ovat painetun median osalta lehtien lukijamäärien merkittävä lasku, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu. Suurimpien talouden ja tekniikan aikakauslehtien ryhmätalaukset ovat kattavuudeltaan merkittäviä. Muutokset näissä sopimuksissa saattavat muuttaa lehtien tilausmääriä suuresti. Mediatoimiala muuttuu mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Alma Median strategisena tavoitteena on vastata tähän haasteeseen 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.

Tilikauden jälkeiset tapahtumat

Alma Medialla on voimassa oleva vuokrasopimus DNB Bank ASA:n kanssa koskien toimitila- ja tuotantokiinteistöä Patamäenkatu 7:ssä Tampereella. Alma Media on ilmoittanut 24.10.2016 käyttävänsä sopimukseen sisältyvän katkaisuoption ja lunastaa kiinteistön. Kiinteistökauppa, sen rahoitus ja kirjaus Alma Median taseeseen toteutuu lokakuussa 2017, ja on arvoltaan 14,5 milj. euroa. Tilan vuokrasopimukseen liittyvä vuokravastuu on esitetty Alma Median vastuissa.

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2016 7—9	2015 7—9	Muutos %	2016 1—9	2015 1—9	Muutos %	2015 1—12
LIKEVAIHTO	80,9	68,0	18,9	259,6	212,9	21,9	291,5
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,2	19,4	1,5	3,2	-52,0	3,6
Materiaalit ja palvelut	16,4	16,5	-0,8	54,2	52,9	2,4	69,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuneet kulut	33,4	26,6	25,3	114,1	89,1	28,1	124,1
Poistot ja arvonalentumiset	4,5	4,9	-6,3	13,4	11,7	15,2	16,8
Liiketoiminnan muut kulut	17,9	14,2	26,3	58,9	45,7	28,9	66,9
LIKEVOITTO	8,9	6,0	48,1	20,5	16,8	22,2	17,7
Rahoitustuotot	0,0	0,0	26,5	0,3	0,3	-3,6	0,3
Rahoituskulut	1,0	1,2	-18,9	2,4	2,4	-2,7	2,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	0,3	2,8	0,9	0,8	6,2	1,6
TULOS ENNEN VEROJA	8,2	5,1	61,8	19,2	15,4	24,9	16,8
Tuloverot	1,7	1,4	19,4	4,2	3,6	17,4	4,7
TILIKAUDEN TULOS	6,5	3,7	77,9	15,0	11,8	27,1	12,1

MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:

Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi

Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät

1,2

Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi

-0,2

Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi

Muuntoerot

-0,1

0,3

-0,5

0,6

1,0

Osuus osakkuusyrityksissä kirjatuihin muista laajan tuloksen eristä

-0,2

0,0

0,1

Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot

Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen

-0,1

0,1

-0,5

0,5

2,1

TILIKAUDEN LAAJA TULOS

YHTEENSÄ

6,4

3,8

14,6

12,4

14,2

Tilikauden tuloksen jakautuminen:

- Emoyhtiön omistajille

5,4

3,1

12,0

10,1

9,9

- Määräysvallattomille omistajille

1,1

0,6

3,0

1,7

2,1

Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:

- Emoyhtiön omistajille

5,3

3,2

11,5

10,6

11,9

- Määräysvallattomille omistajille

1,1

0,6

3,0

1,7

2,3

Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:

- Tulos/osake (laimentamaton ja laimennettu), euroa

0,07

0,04

0,15

0,13

0,13

TASE (milj. euroa)	30.9.2016	30.9.2015	31.12.2015
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	123,1	71,2	118,6
Muut aineettomat hyödykkeet	70,2	36,9	72,3
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	66,0	71,5	70,5
Osuudet osakkuusyrietyksissä	5,8	24,8	6,8
Muut rahoitusvarat	4,8	3,6	4,6
Laskennalliset verosaamiset	1,6	1,4	1,6
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	2,2	1,1	2,2
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,2	2,0	1,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset	33,3	21,9	35,3
Rahavarat	21,2	13,1	14,4
Myytävänä olevat pitkäaikaiset omaisuuserät		4,6	
VARAT YHTEENSÄ	328,4	252,3	328,2
(milj. euroa)	30.9.2016	30.9.2015	31.12.2015
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-2,1	-2,0	-1,6
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1		19,1
Kertyneet voittovarot	43,6	39,0	41,0
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	113,6	90,1	111,5
Määräysvallattomien omistajien osuus	19,3	15,6	17,2
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	132,9	105,7	128,7
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	66,4	67,5	63,1
Laskennalliset verovelat	14,0	7,0	14,2
Eläkeveloitteet	1,5	2,7	1,5
Varaukset	0,3		0,2
Muut rahoitusvelat			0,2
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,3	0,2
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	23,7	8,5	28,5
Saadut ennakot	27,0	16,8	25,3
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat			2,2
Varaukset	0,7	0,4	0,6
Ostovelat ja muut velat	61,6	41,8	63,5
Myytävänä oleviin pitkäaikaisiin omaisuuseriin liittyvät velat		1,6	
VELAT YHTEENSÄ	195,5	146,6	199,5
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	328,4	252,3	328,2

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarat

F = Yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

milj. euroa	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma					F	G	H
	A	B	C	D	E			
Oma pääoma 1.1.2016	45,3	7,7	-1,6	19,1	41,0	111,5	17,2	128,7
Tilikauden tulos					12,0	12,0	3,0	15,0
Muut laajan tuloksen erät			-0,5		0,0	-0,5	0,0	-0,5
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-9,7	-9,7		-9,7
Tytäryritysten osingonjako							-1,8	-1,8
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,3	0,3		0,3
Liiketoimintojen yhdistymiset					0,0	0,0	0,9	0,9
Oma pääoma 30.9.2016	45,3	7,7	-2,1	19,1	43,6	113,6	19,3	132,9
milj. euroa								
Oma pääoma 1.1.2015	45,3	7,7	-2,5		38,0	88,5	15,2	103,7
Tilikauden tulos					10,1	10,1	1,7	11,8
Muut laajan tuloksen erät			0,6		0,0	0,5		0,5
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-9,1	-9,1		-9,1
Tytäryritysten osingonjako							-1,4	-1,4
Oma pääoma 30.9.2015	45,3	7,7	-2,0		39,0	90,1	15,6	105,7

RAHAVIRTALASKELMA	2016	2015	2016	2015	2015
(milj. euroa)	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	6,5	3,7	15,0	11,8	12,1
Oikaisuerät	7,9	6,5	19,1	13,8	20,3
Käyttöpääoman muutos	-4,9	-3,2	3,9	3,9	4,5
Saadut osingot	0,7	0,6	1,2	1,6	1,7
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,9	-0,5	-1,9	-1,7	-1,9
Maksetut verot	-1,6	-1,3	-5,6	-4,5	-3,7
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	7,8	5,8	31,9	25,0	33,2
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1,5	-0,9	-3,9	-2,2	-3,3
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot			0,0	2,2	2,2
Investoinnit muihin sijoituksiin				-0,1	-0,1
Luovutustulot muista sijoituksista	0,0	0,0	0,0	0,6	1,0
Tytäryritysten ja liiketoimintojen hankinta	-4,1	-3,5	-7,9	-5,9	-26,8
Osakkuusyhtiöiden hankinta				-0,4	-0,5
Tytäryritysten myynti ja palautuneet hankintamenot					5,3
Osakkuusyrittysten myynti ja pääoman palautukset					0,0
Investointien rahavirta yhteensä	-5,6	-4,4	-11,8	-5,6	-22,1
Rahavirta ennen rahoitusta	2,2	1,3	20,1	19,4	11,1
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Pitkäaikaisten lainojen nostot			10,0		
Pitkäaikaisten lainojen takaisinmaksut	-0,8		-3,3		
Lyhytaikaisten lainojen nostot	22,4	7,0	68,4	29,0	45,0
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-20,8	-8,8	-76,7	-36,8	-43,2
Korollisten saamisten muutos					0,0
Maksetut osingot	0,0		-11,7	-10,5	-10,5
Rahoituksen rahavirta yhteensä	0,8	-1,8	-13,3	-18,3	-8,7
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	3,0	-0,5	6,7	1,1	2,4
Rahavarat kauden alussa	18,2	13,6	14,4	12,0	12,0
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1
Rahavarat kauden lopussa	21,2	13,1	21,2	13,1	14,4

Hankitut liiketoiminnot 2016

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets -segmentti</u>				
Raksa ja KotiKauppa Oy	Verkkopalvelu	1.1.2016	51 %	33,15 %
Jobote s.r.o	Verkkopalvelu	1.1.2016	100 %	83 %
Remonttibulevardi Oy	Verkkopalvelu	2.6.2016	51 %	33,15 %
<u>Alma Talent – segmentti</u>				
Uusi Suomi liiketoiminta	Verkkopalvelu	1.9.2016	100 %	100 %
<u>Alma News & Life – segmentti</u>				
Rantapallo Oy	Verkkopalvelu	1.4.2016	79 %	79 %

Rantapallo Oy:n hankinnan seurauksena kirjatut alustavat varat ja velat olivat seuraavat:

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	2,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,3
Rahavarat	0,3
Yhteensä	3,3
Laskennalliset verovelat	0,5
Ostovelat ja muut velat	0,8
Yhteensä	1,3
Nettovarat 100%	2,0
Konsernin osuus nettovaroista	1,6
IFRS hankintameno (alustava)	4,5
Liikearvo (alustava)	2,9

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät asiakassuhteisiin, ICT-teknologiaan ja tuotemerkkiin. Hankinnoissa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuihin liiketoimintoihin liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

Tiedot muista hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä:

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	1,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,1
Rahavarat	0,2
Yhteensä	1,2
Laskennalliset verovelat	0,1
Ostovelat ja muut velat	0,2
Yhteensä	0,3
Nettovarat 100%	0,9
Konsernin osuus nettovaroista	0,5
IFRS hankintameno	2,1
Liikearvo	1,6

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin ICT-sovelluksiin ja asiakassuhteisiin. Hankinnoissa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuihin liiketoimintoihin 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 ja 2016 liikevaihtoon ja liikevoittoon.

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT

(milj. euroa)

Velkojen alkuperäinen käypä arvo	0,6
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	0,0
Maksetut velat	-0,4
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	0,2

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN

JAKAUMA	2016	2015	2016	2015	2015
milj. euroa	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Segmentit kotimaa	59,4	55,1	190,3	174,7	235,3
Segmentit ulkomaat	16,4	10,8	53,7	31,1	44,6
Segmentit yhteensä	75,9	65,8	244,1	205,8	280,0
Kohdistamattomat	5,0	2,2	15,5	7,1	11,5
Konserni yhteensä	80,9	68,0	259,6	212,9	291,5

LIKEVOITON MAANTIETEELLINEN

JAKAUMA	2016	2015	2016	2015	2015
milj. euroa	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Segmentit kotimaa	7,4	5,5	20,2	15,6	16,8
Segmentit ulkomaat	3,6	2,4	9,6	6,4	10,6
Segmentit yhteensä	11,0	7,9	29,7	22,1	27,4
Kohdistamattomat	-2,2	-1,9	-9,3	-5,3	-9,7
Konserni yhteensä	8,9	6,0	20,5	16,8	17,7

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN

JAKAUMA	2016	2015	2016	2015	2015
	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Henkilöstö kotimaa	1473	1361	1553	1362	1362
Henkilöstö ulkomaat	991	400	876	402	430
Henkilöstö yhteensä	2463	1761	2429	1765	1793

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

Tiedot segmenteittäin

Alma Median segmentit ovat Alma Markets, Alma Talent, Alma News & Life, ja Alma Regions. 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	30.9.2016	30.9.2015	31.12.2015
Alma Markets	76,5	77,8	79,7
Alma Talent	111,3	36,0	114,2
Alma News & Life	16,1	15,4	10,6
Alma Regions	59,9	62,7	63,2
Segmentit yhteensä	263,8	191,9	267,8
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	64,6	60,4	60,5
Yhteensä	328,4	252,3	328,2

VELAT SEGMENTEITTÄIN

milj. euroa	30.9.2016	30.9.2015	31.12.2015
Alma Markets	20,3	15,8	16,7
Alma Talent	31,8	8,7	33,5
Alma News & Life	0,7	2,9	3,0
Alma Regions	63,9	66,5	64,6
Segmentit yhteensä	116,7	93,9	117,8
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	78,7	51,1	81,7
Yhteensä	195,5	144,9	199,5

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.9.2016 yhteensä 1,0 (0,4) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET

milj. euroa	30.9.2016	30.9.2015	31.12.2015
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	1,2	1,2	1,2
Muut vastuusitoumukset	2,0	1,4	2,5
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	10,8	8,5	11,4
1-5 vuoden kuluessa	36,5	25,3	37,1
yli viiden vuoden kuluttua	25,2	27,6	28,5
Yhteensä	70,4	61,4	76,9

Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellaisia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuorasopimuskomponentti.

Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat

vähimmäissuoritukset:	0,1	0,1	0,1
-----------------------	-----	-----	-----

JOHDANNAISSOPIMUKSET

milj. euroa	30.9.2016	30.9.2015	31.12.2015
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	0,0	-0,1	-0,1
Nimellisarvo	0,3	0,4	0,3
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,9	-0,6	-0,7
Kohde-etuuden arvo	19,4	19,5	19,5
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	0,0	0,0	0,0
Kohde-etuuden arvo	3,9	1,5	2,4

* 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	2016	2015	2016	2015	2015
milj. euroa	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,2	0,0	0,3	0,1	0,2
Osakkuusyhtiöt	0,2	0,0	0,2	0,0	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	1,7	0,6	2,8	2,0	2,9
Osakkuusyhtiöt	1,7	0,8	2,7	1,9	2,7
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa			0,1	0,0	0,3
Osakkuusyhtiöt			0,0	0,0	0,3
Ostovelat raportointikauden lopussa			0,0	0,0	1,1
Osakkuusyhtiöt			0,0	0,0	1,1
Hankitut liiketoiminnot	1,0		1,0		
Merkittävät omistajat	1,0		1,0		

Osakepalkkiojärjestelmä

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi helmikuussa 2015 osakeomistukseen perustuvan kannustinjärjestelmän yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille (LTI 2015) ja päätti maaliskuussa 2016 sen pohjalta vuonna 2016 alkavasta seuraavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2016).

Järjestelmän puitteissa käynnistettiin keväällä 2015 kolme ohjelmaa: kiinteä lisäosakeohjelma ja kaksi suoriteperusteista lisäosakeohjelmaa. Osallistuminen edellyttää sijoitusta Alma Median osakkeisiin. Osake-ohjelmiin on oikeutettu osallistumaan enintään 43 henkilöä (LTI 2016) ja 35 henkilöä (LTI 2015). Kussakin ohjelmassa osallistuja voi ansaita enimmillään kaksi lisäosaketta kutakin ohjelmiin sijoittamaansa osaketta kohti, eli ohjelmissa voi yhteensä ansaita enimmillään 390 000 (LTI 2016) ja 459 300 (LTI 2015) Alma Median osaketta (brutto, ennen veroja).

Kiinteässä lisäosakeohjelmassa osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kahden vuoden odotusjakson jälkeen, edellyttäen että hän pitää ohjelmaan sitomansa osakkeet ja pysyy työsuhteessa Alma Media-konsernissa odotusjakson ajan, eli kevääseen 2018 (LTI 2016) ja kevääseen 2017 (LTI 2015) asti. Tällä hetkellä ansaittavissa oleva lisäosakkeiden määrä on yhteensä enintään 195 000 (LTI 2016) ja 153 100 (LTI 2015) osaketta (brutto, ennen veroja).

Suoriteperusteisissa lisäosakeohjelmissa voi ansaita palkkiona enimmillään kaksi lisäosaketta digitaalisen liiketoiminnan kannattavan kasvun perusteella ja enimmillään kaksi lisäosaketta Alma Median osakkeen kokonaistuoton perusteella. Suoriteperusteisesti mahdollisesti palkkiona ansaitut lisäosakkeet maksetaan digitaalisen liiketoiminnan kasvun perusteella keväällä 2018 ja osakkeen kokonaistuoton perusteella keväällä 2020. Tällä hetkellä molemmissa suoriteperusteisissa ohjelmissa ansaittavissa oleva lisäosakkeiden enimmäismäärä on 390 000 (LTI 2016) ja 153 100 (LTI 2015) osaketta (brutto, ennen veroja).

Hallitus arvioi, että uuden osakepohjaisen kannustinjärjestelyn yhteydessä ei anneta uusia osakkeita eikä kannustinjärjestelyllä siten ole laimentavaa vaikutusta yhtiön rekisteröityyn osakemäärään. Alma Media Oyj:n yhtiökokous on 17.03.2016 valtuuttanut hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä ja edelleen valtuuttanut hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla kannustinohjelman toteuttamiseksi.

Palkkionmaksu edellyttää ohjelman sijoitettujen osakkeiden pitämistä ja työsuhteen kestoja ohjelmien ajan maaliskuuhun 2017, 2018 ja 2020 asti. Palkkio maksetaan osittain rahana ja osittain osakkeina. Palkkion rahoisuus on tarkoitettu henkilölle palkkiosta aiheutuviin veroihin.

Järjestelmästä kirjataan kulu osakepalkkion käypään arvoon perustuen lisäosakkeiden maksuun asti. Osakkeina maksettava osan käypä arvo on määritelty päivänä, jona kohderyhmä on hyväksynyt järjestelyn ehdot. Osakkeen arvosta on vähennetty ohjelman omistusveloitteen aiheuttama rahoituskustannus ja odotusjakson aikana odotettavissa olevat osingot. Osakkeen kokonaistuottoon perustuvan ohjelman käyvässä arvossa on huomioitu myös markkinaehtoinen ansaintakriteeri. Rahana maksettava osuus palkkiosta arvostetaan uudestaan odotusjakson ajan kullakin raportointihetkellä tarkasteluhetken osakkeen pörssikurssin perusteella.

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2016 7—9	2016 4—6	2015 1—3	2015 10—12	2015 7—9	2015 4—6	2014 1—3	2014 10—12	2014 7—9
LIIVEVAIHTO	80,9	92,0	71,9	78,6	68,0	73,0	72,7	76,6	70,5
Alma Markets	17,2	17,6	13,8	15,9	14,7	14,7	12,8	13,9	12,8
Alma Talent	23,0	30,5	13,8	18,2	12,5	14,0	13,7	14,0	12,2
Alma News & Life	11,1	12,1	10,6	11,8	10,4	11,4	12,3	11,8	12,0
Alma Regions	30,5	33,0	34,9	33,9	31,6	34,1	35,2	38,3	34,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,9	-1,2	-1,2	-1,1	-1,2	-1,1	-1,3	-1,4	-1,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	72,0	82,2	70,0	71,7	60,6	66,4	70,4	71,2	63,5
Alma Markets	11,8	12,5	10,9	13,3	10,6	10,6	10,7	12,0	10,2
Alma Talent	21,0	27,2	11,9	16,3	10,4	12,2	12,4	12,2	10,0
Alma News & Life	9,3	10,3	10,9	10,2	9,8	10,5	11,0	11,6	11,1
Alma Regions	28,6	30,8	34,9	30,6	29,1	31,7	35,2	34,7	32,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,3	1,4	1,4	1,3	0,7	1,4	1,1	0,6	0,0
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	13,6	14,4	5,3	10,8	11,0	10,2	6,1	8,9	10,4
Alma Markets	6,6	6,4	4,2	3,9	5,4	5,3	3,5	3,3	4,0
Alma Talent	3,1	4,4	2,1	2,5	2,3	2,1	1,5	1,9	2,3
Alma News & Life	1,9	2,0	-0,3	1,6	0,7	0,9	1,3	0,2	0,9
Alma Regions	2,9	3,1	0,9	4,2	3,4	3,3	1,6	4,5	3,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,9	-1,4	-1,6	-1,3	-0,8	-1,4	-1,9	-1,0	-0,6
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	9,1	9,9	1,9	7,1	7,6	6,8	2,5	5,6	7,0
Alma Markets	5,3	5,1	2,9	2,6	4,2	4,1	2,2	1,9	2,6
Alma Talent	2,1	3,4	1,9	2,1	2,1	1,9	1,4	1,8	2,2
Alma News & Life	1,8	1,9	-0,4	1,6	0,6	0,9	1,3	0,2	0,9
Alma Regions	2,0	2,2	0,0	3,3	2,6	2,5	0,0	3,7	2,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,2	-2,6	-2,6	-2,5	-1,9	-2,5	-2,4	-2,0	-1,2
% LIIKEVAIHDESTA	11,2	10,8	2,7	9,0	11,1	9,3	3,4	7,4	9,9
Alma Markets	31,2	29,0	21,2	16,5	28,3	27,7	17,0	13,8	20,6
Alma Talent	9,0	11,2	14,0	11,3	17,1	13,3	10,0	13,2	17,7
Alma News & Life	16,2	15,3	-3,4	13,6	6,0	7,8	10,3	1,4	7,3
Alma Regions	6,7	6,6	0,1	9,7	8,2	7,2	0,1	9,7	7,2
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,2	-0,8	0,8	-6,2	-1,6	1,3	0,7	-0,8	-0,5
Alma Markets		0,0						1,7	
Alma Talent	-0,2	-1,5	0,6	-0,2	-1,4		0,7	-0,5	-0,5
Alma News & Life		0,9		-0,8				-0,6	
Alma Regions		-0,2	0,2	-3,1	-0,2	-0,4		-1,5	
Kohdistamattomat toiminnot				-2,0		1,7			
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	8,9	9,1	2,7	0,9	6,0	8,1	3,2	4,9	6,5
Alma Markets	5,3	5,1	2,9	2,6	4,2	4,1	2,2	3,6	2,6
Alma Talent	1,8	1,9	2,5	1,8	0,7	1,9	2,1	1,4	1,6
Alma News & Life	1,8	2,8	-0,4	0,7	0,6	0,9	1,3	-0,4	0,9
Alma Regions	2,0	2,0	0,2	0,1	2,4	2,0	0,0	2,3	2,5
Kohdistamattomat toiminnot	-2,2	-2,6	-2,6	-4,4	-1,9	-0,7	-2,4	-2,0	-1,2
Rahoitustuotot	0,0	0,3	0,1	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0
Rahoituskulut	1,0	0,7	0,6	1,2	1,2	0,7	0,7	0,7	0,8
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,3	0,2	0,3	0,8	0,3	0,2	0,1	1,1	0,2
TULOS ENNEN VEROJA	8,2	9,0	2,4	1,4	5,1	8,0	2,7	5,4	5,9
Tuloverot	-1,7	-2,1	-0,6	-1,1	-1,4	-1,6	-0,5	-1,3	-1,1
TILIKAUDEN TULOS	6,5	6,9	1,8	0,3	3,7	6,3	2,2	4,0	4,8

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2015 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2015 tilinpäätöksessä. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2015 kanssa. Tilikaudet 2015 ja 2016 ovat laadintaperiaatteiltaan vertailukelpoisia. Alma Media on uudistanut konsernin segmenttirakennetta vuoden 2016 alusta ja muutoksesta on annettu pörssitiedote 20.4.2016. Yhtiöllä ei ole raportoitavia lopetettuja toimintoja tilikausilla 2015–2016.

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

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 2017

Alma Media Oyj julkaisee taloudellisia raportteja vuonna 2017 seuraavasti:

- Tilinpäätöstiedote tilivuodelta 2016 perjantaina 10.2. noin klo 9.00
- Osavuositarkastus tammi–maaliskuulta 2017 perjantaina 28.4. noin klo 9.00.
- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2017 perjantaina 21.7. noin klo 9.00.
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2017 perjantaina 27.10. noin klo 9.00.

Alma Media Oyj:n vuosikatsaus 2016, joka sisältää myös yritysraportoinnin, julkaistaan viimeistään viikolla 12 vuonna 2017.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi keskiviikkona 22.3.2017. Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2016 julkaistaan keskiviikkona 1.3.2017.

Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.