



Alma Media Oyj  
Q2 2014

18.7.2014

AL  
MA

Alma Media Oyj osavuositarkastus 18.7.2014 klo 9.00

Alma Median osavuositarkastus tammi - kesäkuulta 2014:

## LIIKEVOITTO ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ KASVOI SELVÄSTI TOISELLA VUOSINELJÄNNEKSELLÄ

### Taloudellinen kehitys huhti - kesäkuussa 2014:

- Liikevaihto 75,7 (76,3) milj. euroa, laskua 0,9 %.
- Verkkoliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 13,4 % ja oli 23,8 (21,0) milj. euroa.
- Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä 9,7 (8,0) milj. euroa, kasvua 21,4 %.
- Käyttökate 9,5 (16,0) milj. euroa, laskua 40,2 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 6,3 (4,6) milj. euroa, 8,3 % (6,0 %) liikevaihdosta, kasvua 37,3 %.
- Liikevoitto 6,1 (9,5) milj. euroa eli 8,1 % (12,4 %) liikevaihdosta, laskua 35,5 %.
- Katsauskauden tulos 4,8 (7,9) milj. euroa, laskua 40,1 %.
- Huhti - kesäkuun liikevoittoon sisältyy kertaluonteiset eriä -0,2 (4,9) milj. euroa.
- Osakekohtainen tulos 0,06 (0,10) euroa.

### Taloudellinen kehitys tammi - kesäkuussa 2014:

- Liikevaihto 148,4 (151,2) milj. euroa, laskua 1,9 %.
- Verkkoliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 12,2 % ja oli 47,5 (42,4) milj. euroa.
- Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä 15,8 (16,0) milj. euroa, laskua 1,4 %.
- Käyttökate 16,4 (23,9) milj. euroa, laskua 31,7 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 8,8 (10,1) milj. euroa, 5,9 % (6,6 %) liikevaihdosta, laskua 12,6 %.
- Liikevoitto 9,3 (14,9) milj. euroa eli 6,3 % (9,9 %) liikevaihdosta, laskua 37,4 %.
- Katsauskauden tulos 6,9 (12,0) milj. euroa, laskua 42,5 %.
- Tammi - kesäkuun liikevoittoon sisältyy kertaluonteisia eriä -0,6 (4,9) milj.euroa.
- Osakekohtainen tulos 0,08 (0,15) euroa.

AVAINLUVUT	2014	2013	Muutos		2014	2013	Muutos		2013
milj. euroa	4-6	4-6	%		1-6	1-6	%		1-12
Liikevaihto	75,7	76,3	-0,7	-0,9	148,4	151,2	-2,9	-1,9	300,2
Sisältöliikevaihto	27,0	28,2	-1,2	-4,1	54,4	57,4	-3,0	-5,2	115,3
Sisältömyynti, painettu	25,7	27,4	-1,7	-6,2	51,8	55,6	-3,8	-6,9	111,2
Sisältömyynti, verkko	1,4	0,8	0,6	71,1	2,6	1,6	1,0	60,3	3,8
Mediamyynnin liikevaihto	39,2	38,5	0,8	2,1	74,4	74,9	-0,5	-0,7	147,3
Mediamyynti, painettu	20,6	21,6	-0,9	-4,3	37,6	40,6	-3,0	-7,5	80,0
Mediamyynti, verkko	18,5	16,6	1,9	11,4	36,7	33,7	3,0	8,8	66,5
Palveluliikevaihto	9,4	9,7	-0,3	-3,1	19,6	19,0	0,7	3,4	37,6
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	69,5	71,9	-2,4	-3,3	139,9	141,5	-1,6	-1,1	276,7
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	9,7	8,0	1,7	21,4	15,8	16,0	-0,2	-1,4	37,5
Käyttökate	9,5	16,0	-6,4	-40,2	16,4	23,9	-7,6	-31,7	45,3
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	6,3	4,6	1,7	37,3	8,8	10,1	-1,3	-12,6	24,2
% liikevaihdosta	8,3	6,0			5,9	6,6			8,0
Liikevoitto (-tappio)	6,1	9,5	-3,4	-35,5	9,3	14,9	-5,6	-37,4	27,0
% liikevaihdosta	8,1	12,4			6,3	9,9			9,0
Tilikauden tulos	4,8	7,9	-3,2	-40,1	6,9	12,0	-5,1	-42,5	16,0
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,06	0,10	-0,05	-44,6	0,08	0,15	-0,07	-47,8	0,20
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,06	0,10	-0,05	-44,6	0,08	0,15	-0,07	-47,8	0,20
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	23,8	21,0	2,8	13,4	47,5	42,4	5,2	12,2	84,5
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	31,4	27,5			32,0	28,0			28,1

## Näkymät vuodelle 2014:

Taloukasvun arvioidaan Euroopassa ja erityisesti Suomessa pysyvän heikkona myös vuoden 2014 jälkipuoliskolla. Alma Median digitaalisten palveluiden liikevaihdon vahva kasvu ei vallitsevassa markkinatilanteessa vielä täysin kompensoi painetun median myynnin laskua.

Alma Media arvioi vuoden 2014 liikevaihdon pysyvän vuoden 2013 tasolla. Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan laskevan vuoden 2013 tasosta. Vuoden 2013 liikevaihto oli 300,2 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 24,2 milj. euroa.

## Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Suomen kansantalouden pitkittyneen alavireen myötä media-alan markkina oli vuoden toisella neljänneksellä edelleen heikko. Vuoden 2014 tammi-kesäkuussa mainonnan kokonaismäärä laski 2,3 %.

Vaikeasta toimintaympäristöstä huolimatta Alma Median pitkäjänteinen panostaminen digitaaliseen liiketoimintaan sekä sanomalehtiliiketoiminnan kustannusrakenteen keventämiseen tuotti tulosta. Konsernin liikevaihto pysyi toisella neljänneksellä vertailukauden tasolla digitaalisen liikevaihdon kasvaessa yli 13 % vertailukaudesta. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä parani 37 % verkkomainonnan myynnin kasvun yllittäessä painetun median myynnin laskun selvästi.

Toisella neljänneksellä Alma Media jatkoi mobiilimedian sekä liikkuvaan kuvan sisältöratkaisujen kehittämistä. Keskeisessä asemassa mobiilikehityksessä olivat uudet applikaatiot ja tablettijulkaisut, joita julkistettiin muun muassa Iltalehdessä ja Kauppalehdessä.

Mainonnan markkinalla kiinnostus Alma Median uusia mainonnan välineitä ja ratkaisuja kohtaan kasvoi. Yksilöllisten natiivi- ja sisältömarkkinoinnin ratkaisujen myynti kehittyi hyvin varsinkin Iltalehdessä ja Kauppalehdessä. Iltalehden mediamyynnistä jo noin kaksi kolmasosaa kertyi digitaalisesta myynnistä.

Alueellisen julkaisutoiminnan kannattavuuden ja sisällön laadun varmistamiseksi Alma Media teki toisella neljänneksellä merkittävän sopimuksen viiden suomalaisen lehtikustantajan kanssa toimitusyhteistyöstä ja Lännen Media Oy:n perustamisesta. Yhteistyön ansiosta maakuntalehdet saavat syksystä 2014 alkaen merkittävästi lisää uutta sisältöä hyödynnettäväksi niin painetussa lehdessä kuin verkon maksullisella puolella.

Talouden taantumien ja heikentyneiden suhdanneodotusten johdosta Alma Media pyrkii hakemaan säästöjä tehostamalla toimintaansa, prosessejaan ja organisaatiotaan. Alma Aluemia sopi toisella neljänneksellä noin 1,5 milj. euron henkilöstösäästöistä vuodelle 2014. Säästöt saavutetaan vaihtamalla lomarahoja vapaaksi tai lomautuksilla. Myös Alma Median taloushallintoa tehostetaan keskittämällä toiminnot Tampereelle.

Median murroksessa Alma Mediaa tukee yhtiön vahva strategia ja selkeä suunta kohti digitaalista tulevaisuutta. Markkinoiden nopeat muutokset vaativat vauhdikasta etenemistä strategian toteuttamiseksi. Kaikissa Alma Median liiketoimintayksiköissä jatketaan resurssien kohdistamista digitaaliseen liiketoimintaan ja panostetaan vahvasti digiosaamisen kehittämiseen.

## Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

## ALMA MEDIA -KONSERNIN OSAVUOSIKATSAUS 1.1. - 30.6.2014

Tämän katsauksen tekstiosassa keskitytään huhti-kesäkuun tulokseen. International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2013 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA	2014	2013	Muutos	2014	2013	Muutos	2013
milj. euroa	4-6	4-6	%	1-6	1-6	%	1-12
Liikevaihto	75,7	76,3	-0,9	148,4	151,2	-1,9	300,2
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	69,5	71,9	-3,3	139,9	141,5	-1,1	276,7
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	9,7	8,0	21,4	15,8	16,0	-1,4	37,5
Käyttökate	9,5	16,0	-40,2	16,4	23,9	-31,7	45,3
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	6,3	4,6	37,3	8,8	10,1	-12,6	24,2
% liikevaihdosta	8,3	6,0		5,9	6,6		8,0
Liikevoitto (-tappio)	6,1	9,5	-35,5	9,3	14,9	-37,4	27,0
% liikevaihdosta	8,1	12,4		6,3	9,9		9,0
Tulos ennen veroja	5,8	9,5	-39,4	8,4	15,0	-43,6	22,4
Tilikauden tulos	4,8	7,9	-40,1	6,9	12,0	-42,5	16,0
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	21,5	43,9	-51,0	15,3	30,1	-49,3	18,3
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	12,0	17,9	-33,0	8,6	14,7	-41,6	10,0
Nettorahoituskulut	0,7	0,2	-304,5	1,3	0,4	-269,3	0,5
Nettorahoituskulut, %	0,9	0,2		0,9	0,2		0,2
Taseen loppusumma				271,3	286,2	-5,2	272,8
Investoinnit	2,5	10,4	-75,5	12,0	57,3	-79,1	62,8
Investoinnit % liikevaihdosta	3,4	13,6		8,1	37,9		20,9
Omavaraisuusaste-%				38,9	32,9	18,0	34,9
Velkaantumisaste (gearing), %				82,1	119,3	-31,2	108,0
Korolliset nettovelat				79,7	103,5	-23,0	97,6
Korollinen vieras pääoma				93,3	116,0	-19,5	109,9
Koroton vieras pääoma				80,9	83,5	-3,1	72,4
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	1 808	1 979	-8,7	1 829	1 991	-8,1	1 965
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	981	962	1,9	974	974	0,1	998
Osakekohtaiset tunnusluvut							
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,06	0,10	-44,6	0,08	0,15	-47,8	0,20
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,06	0,10	-44,6	0,08	0,15	-47,8	0,20
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,04	-0,06	171,3	0,26	0,17	58,4	0,32
Oma pääoma/osake, EUR				1,09	1,12	-2,8	1,17
Osinko/osake, EUR							0,10
Efektiivinen osinkotuotto-%							3,3
Hinta/voitto-suhde (P/E)							15,0
Osakekannan markkina-arvo				204,6	195,5	4,6	225,7
Osakemäärä keskimäärin (1 000 osaketta)							
- laimentamaton	75 487	75 487		75 487	75 487		75 487
- laimennettu	75 487	75 487		75 487	75 518		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.

Vuoden toisella neljänneksellä Alma Media kehitti sisältöjä muun muassa mobiili- ja netti-tv -kanavissa. IL-Media toi markkinoille uusia, kuluttajille maksuttomia tablettisisältöjä, kuten Autot 2014- ja Kesäkeittiö-tablettijulkaisut. IL-TV:ssä otettiin käyttöön uusi ohjelmaformaatti, IL-Doc, joka käsittelee yllättäviä ja koskettavia aiheita reportaasien pohjalta.

Kauppalehden digiuudistushanke eteni toisella neljänneksellä beta-vaiheeseen. Syksyllä käyttöönotettava sivusto on rakennettu kokonaan uudelleen vastaamaan yleisön muuttuneita ja muuttuvia käyttötapoja. Uudistuneen verkkosivuston myötä Kauppalehti laajentaa myös videotuotantoaan.

Ensimmäinen sisällöltään, rakenteeltaan ja ulkoasultaan uudistunut, tabloid-muotoinen Aamulehti ilmestyi 1.4.2014. Uudistunut lehti otettiin vastaan myönteisesti. Kainuun Sanomien sekä Kainuun kolmen paikallislehden (Kuhmolainen, Sotkamo-lehti, Ylä-Kainuu) yhteinen maksullinen maakuntapalvelu julkaistiin huhtikuussa. Digitaalisten palveluiden vastaanotto on ollut hyvä.

Alma Media kehitti toisella neljänneksellä erityisesti sisältömarkkinointiratkaisujen tarjontaan. IL-Mediassa ja Kauppalehdessä otettiin käyttöön uusia sisältö- ja natiivimarkkinoinnin avaimet käteen -konsepteja, jotka auttavat mainostajaa hyödyntämään ansaittua mediaa.

Toisella neljänneksellä toteutettujen Etuovi.comin ja Vuokraovi.comin palvelu-uudistusten vastaanotto sekä mainostajien että käyttäjien keskuudessa oli hyvä.

Kauppalehden digitaalisten yrityspalveluiden puolella uudistettiin Toimitilat-palvelua. Palvelussa uudistui ulkoasun ja ilmeen lisäksi myös käyttöalusta, minkä ansiosta se toimii helposti päätelaitteesta riippumatta. Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy lunasti Alma Median osakkuusyhtiö Alkali Oy:n kaikki osakkeet. Alkalin kautta Alma Media pystyy tarjoamaan laajan sovellusvalikoiman autokaupan asiakkaille.

Toisella neljänneksellä Alma Media ja viisi muuta suomalaista lehtikustantajaa viimeistelivät sopimuksen toimitusyhteistyöstä. Sopimuksen myötä perustettava Lännen Media Oy alkaa tuottaa sisältöä 12 maakuntalehdelle läntisessä ja pohjoisessa Suomessa. Lännen Median uutishuone aloittaa toimintansa lokakuun alussa ja koko toiminta käynnistyy vuoden 2015 alkuun mennessä.

## Markkinatilanne kotimaassa

Vuoden toisella neljänneksellä mainonnan kokonaismäärä laski TNS Media Intelligencen mukaan 2,3 (laski 7,8) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä laski 5,7 (laski 16,4) %, mutta kasvoi verkkomediassa 15,8 (kasvoi 6,0) % vertailukaudesta. Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski vuoden 2014 toisella neljänneksellä 7,3 (laski 14,3) %.

Vuoden 2014 tammi-kesäkuussa mainonnan kokonaismäärä laski TNS Media Intelligencen mukaan 3,6 (laski 10,5) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä laski 8,3 (laski 17,2) %, mutta kasvoi verkkomediassa 13,8 (kasvoi 4,3) % vertailukaudesta.

## Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2014

2.6.2014 Alma Media konserniin kuuluva tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy hankki Alkali Oy:n koko osakekannan. Aiemmin Alma Media konsernin omistusosuus yhtiössä oli 24,3 %. Hankinta käsitellään Alma Median konsernitiilinpäätöksessä vaiheittaisena hankintana. Järjestelyn yhteydessä ei syntynyt merkittävää tulosvaikutteista kirjausta. Yhtiö yhdistellään Alma Media -konserniin konsernin omistusosuuden, 65 %, mukaisesti.

Alma Media Oyj ja Monster Worldwide Inc. sopivat vahvistavansa yhteistyötään kattamaan itäisen Keski-Euroopan ja Baltian maat. Yhteistyön laajentumisen myötä Monsterin palvelut tulivat osaksi Alma Median rekrytointipalveluiden kokonaisuutta, joka toimii Suomessa, Virossa, Latviassa, Liettuassa, Puolassa, Tsekin tasavallassa, Slovakiassa, Unkarissa ja Kroatiassa. Liiketoimintaa johdetaan Alma Career Oy:stä (aik. Monster Oy), ja se raportoidaan osana Alma Median Digitaaliset kuluttajapalvelut -raportointisegmenttiä.

Monster Worldwide Inc:stä tuli Alma Career Oy:n vähemmistöosakas 15 %:n osuudella. Omistusosuutta vastaan Monster luovutti yritykselle Puolan, Unkarin ja Tsekin rekrytointipalveluliiketoimintansa sekä osti

yrittäjien osakkeita 4,7 miljoonalla eurolla. Alma Media omistaa yrityksen osakkeista 85 %. Monsterilla on optio kasvattaa omistusosuuttaan 20 %:iin vuoteen 2017 mennessä. Järjestely toteutettiin 3.1.2014. Järjestelystä ei syntynyt Alma Medialle tulosvaikutteisia kirjauksia toteutushetkellä. Järjestely tuotti 4,7 miljoonan euron positiivisen rahavirtavaikutuksen ensimmäiselle vuosineljännekselle 2014. Lisätietoja järjestelystä on kerrottu osavuositarkastuksen taulukko-osassa.

Alma Median Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentissä raportoitu Baltic News Service myytiin helmikuussa 2014. Ostaja on virolaisen sijoitusyhtiö Koha Capital Oü:n omistama Oü Uudisvoog. Alma Media kirjasi kaupasta 0,7 miljoonan euron myyntivoiton vuoden 2014 ensimmäisen neljänneksen tulokseen.

### **Konsernin liikevaihto ja tulos huhti – kesäkuussa 2014**

Liikevaihto laski vuoden toisella neljänneksellä 0,9 % 75,7 (76,3) milj. euroon.

Sisältöliikevaihto laski 4,1 % 27,0 (28,2) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä. Digitaalisista jakelukanavista saatavien sisältötuottojen kasvu ei riittänyt kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.

Mediamyynnin liikevaihto kasvoi 2,1 % 39,2 (38,5) milj. euroon. Painettujen lehtien mediamyynti laski 4,3 % vertailukauden tasosta ja oli 20,6 (21,6) milj. euroa. Verkkomediamyynti kasvoi 11,4 % 18,5 (16,6) milj. euroon.

Palveluliikevaihto oli 9,4 (9,7) 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. Palveluliikevaihdon laskuun vaikutti erityisesti vuoden ensimmäisellä neljänneksellä myydyt BNS-liiketoimintayksikön liikevaihto.

Kokonaiskulut laskivat toisella neljänneksellä 5,7 milj. euroa eli 7,5 %, ja olivat 69,7 (75,4) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 3,4 (6,5) milj. euroa. Vertailukauden poistoihin sisältyi 3,0 milj.euroa Rovaniemen painokoneen arvonalentumistappiota.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 6,3 (4,6) milj. euroa, 8,3 % (6,0 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 6,1 (9,5) milj. euroa, 8,1 % (12,4 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -0,2 (4,9) milj. euroa. Katsauskauden kertaluonteiset erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin konsernin emoyhtiössä. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät Mascus-liiketoiminnan myyntivoittoon ja Rovaniemen painokoneen alaskirjaukseen.

Huhti – kesäkuun 2014 tulos oli 4,8 (7,9) milj. euroa ja tulos ilman kertaluonteisia eriä 4,9 (3,0) milj. euroa. Katsauskauden tulokseen ei sisällynyt ehdollisia kauppahintasaatavien tai velkojen käypien arvojen muutoksia. Vertailukaudella ehdollisia kauppahintasaatavien ja velkojen käypien arvojen muutoksia oli 0,3 milj. euroa.

### **Konsernin liikevaihto ja tulos tammi – kesäkuussa 2014**

Liikevaihto laski ensimmäisellä vuosipuoliskolla 1,9 % 148,4 (151,2) milj. euroon.

Sisältöliikevaihto laski 5,2 % 54,4 (57,4) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä.

Mediamyynnin liikevaihto laski 0,7 % 74,4 (74,9) milj. euroon. Painettujen lehtien mediamyynti laski 7,5 % vertailukauden tasosta ja oli 37,6 (40,6) milj. euroa. Verkkomediamyynti kasvoi 8,8 % 36,7 (33,7) milj. euroon. Vertailukauden verkkomediamyyntiin sisältyi 2,1 milj. euroa huhtikuussa 2013 myydyt Mascus-liiketoiminnan liikevaihtoa.

Palveluliikevaihto oli 19,6 (19,0) 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. Palveluliikevaihdon kasvuun vaikuttivat erityisesti Kauppalehti Tietopalveluiden sekä Alma Manun parempi liikevaihto.

Kokonaiskulut laskivat ensimmäisellä vuosipuoliskolla 4,9 milj. euroa eli 3,4 %, ja olivat 140,1 (145,0) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 7,0 (9,0) milj. euroa. Vertailukauden poistoihin sisältyi 3,0 milj.euroa Rovaniemen painokoneen arvonalentumistappiota.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 8,8 (10,1) milj. euroa, 5,9 % (6,6 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 9,3 (14,9) milj. euroa, 6,3 % (9,9 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä 0,6 (4,9) milj. euroa. Liikevoittoon vaikuttavat katsauskauden kertaluonteiset erät liittyivät Baltic News Servicen myyntivoittoon ja toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät Mascus-liiketoiminnan myyntivoittoon ja Rovaniemen painokoneen alaskirjaukseen.

Tammi – kesäkuun 2014 tulos oli 6,9 (12,0) milj. euroa ja tulos ilman kertaluonteisia eriä 6,3 (7,1) milj. euroa. Katsauskauden tulokseen sisältyi Markkinapaikat-liiketoiminnan yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä mahdollisia kauppahinnansaatavien ja velkojen käypien arvojen muutoksia 0,1 (0,4) milj. euroa.

## Liiketoimintasegmentit

Alma Media -konsernin raportointirakennetta on muutettu vuoden 2014 alusta lukien. Alma Median raportoivat segmentit ovat vuoden 2014 alusta lähtien Digitaaliset kuluttajapalvelut, Talousmedia ja yrityspalvelut, Valtakunnallinen kuluttajamedia ja Alueellinen media. 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 raportoitavaksi segmenteiksi, koska niiden taloudellinen tuloksellisuus ja ominaispiirteet ovat samanlaisia. Segmenttirakenteen muutoksen taustalla on mediatoimialan liiketoimintaympäristön muutos mediakulutuksen siirtyessä yhä vahvemmin digitaalisiin kanaviin.

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

Segmenttiraportoinnissa tapahtuneet muutokset:

- Digitaalisesta kuluttajapalvelu-segmentistä koko konsernia koskevat digitaaliset keskitetyt toiminnot on siirretty segmenttiraportoinnin ulkopuolisiin, kohdistamattomiin, eriin.
- Kauppalehti-ryhmän osalta tapahtui nimenmuutos Talousmedia ja yrityspalveluiksi.
- Uusi Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentti koostuu aiemmin Sanomalehdet-segmentissä raportoidusta IL-Media -toimintasegmentistä.
- Uuteen Alueellinen media -segmenttiin sisältyy aiemman Sanomalehdet-segmentin Alma Aluemia -toimintasegmentin lisäksi aiemmin Muu toiminta -segmentissä raportoitu konsernin paino- ja jakeluyhtiö Alma Manu.
- Muu toiminta ei enää muodosta omaa segmenttiään, vaan konsernin emoyhtiön toiminnot raportoidaan kohdistamattomina tapahtumina.

Raportoitavien segmenttien rakenteen ja koostumuksen muututtua Alma Media on IFRS 8 Toimintasegmentit -standardin mukaisesti oikaissut segmentti-informaation vastaavat erät vertailukaudelta 2013. Osavuosisikatsauksen liitteenä esitetyissä taulukoissa on yhteenveto muutoksen vaikutuksesta sekä uuden segmenttikoostumuksen mukaiset segmenttien liikevaihto ja liikevoitto.

## LIIKEVAIHTO JA -VOITTO SEGMENTEITTÄIN

LIIKEVAIHTO milj. euroa	2014 4-6	2013 4-6	Muutos %	2014 1-6	2013 1-6	Muutos %	2013 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut							
Ulkoinen liikevaihto	13,6	13,3		26,9	27,3		52,0
Segmenttien välinen liikevaihto	0,4	0,1		0,7	0,2		0,6
Digitaaliset kuluttajapalvelut yhteensä	14,0	13,4	4,9	27,6	27,4	0,6	52,6
Talousmedia ja yrityspalvelut							
Ulkoinen liikevaihto	12,9	14,2		26,5	28,1		56,3
Segmenttien välinen liikevaihto	0,2	0,1		0,3	0,3		0,6
Talousmedia & yritystieto yhteensä	13,1	14,4	-9,1	26,8	28,4	-5,4	56,8
Valtakunnallinen kuluttajamedia							
Ulkoinen liikevaihto	12,5	12,2		23,7	24,1		48,0
Segmenttien välinen liikevaihto	0,2	0,2		0,5	0,3		0,9
Valtakunnallinen kuluttajamedia yhteensä	12,7	12,4	3,2	24,3	24,4	-0,6	49,0
Alueellinen media							
Ulkoinen liikevaihto	35,4	35,7		68,8	70,2		139,9
Segmenttien välinen liikevaihto	1,8	1,5		3,5	3,6		7,2
Alueellinen media yhteensä	37,2	37,2	0,0	72,4	73,8	-1,9	147,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,4	-1,0		-2,7	-2,7		-5,3
<b>Yhteensä</b>	<b>75,7</b>	<b>76,3</b>	<b>-0,9</b>	<b>148,4</b>	<b>151,2</b>	<b>-1,9</b>	<b>300,2</b>
LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa *	2014 4-6	2013 4-6	Muutos %	2014 1-6	2013 1-6	Muutos %	2013 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,5	11,3	-77,5	4,7	14,1	-66,3	17,7
Talousmedia ja yrityspalvelut	1,3	1,7	-23,1	3,4	3,1	12,2	7,8
Valtakunnallinen kuluttajamedia	1,7	0,9	82,0	2,8	1,8	56,7	4,7
Alueellinen media	3,0	-2,2	236,1	3,2	-0,1	2 543,4	4,3
Segmentit yhteensä	8,5	11,7	-27,5	14,1	18,8	-24,8	34,5
Kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-2,2	-6,6	-4,8	-3,8	-24,2	-7,5
<b>Yhteensä</b>	<b>6,1</b>	<b>9,5</b>	<b>-35,5</b>	<b>9,3</b>	<b>14,9</b>	<b>-37,4</b>	<b>27,0</b>

\* Sisältää kertaluonteiset erät.



## Digitaaliset kuluttajapalvelut

Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin Suomessa toimivat palvelut ovat Etuovi.com, Vuokraovi.com, Monster.fi, Autotalli.com, MyyJaOsta.com, Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi sekä Meedio.fi. Ulkomailta toimivat palvelut ovat Jobs.cz, Prace.cz, Topjobs.sk, CV Online, Profesia.sk, MojPosao.net, Monster.hu, Monsterpolska.pl, Monster.cz sekä City24.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2014 4-6	2013 4-6	Muutos %	2014 1-6	2013 1-6	Muutos %	2013 1-12
Liikevaihto	14,0	13,4	4,9	27,6	27,4	0,6	52,6
Kotimaan toiminnot	5,7	5,7	0,4	11,2	11,5	-2,4	21,9
Ulkomaan toiminnot	8,3	7,7	8,3	16,4	15,9	2,8	30,6
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	11,5	10,5	9,8	23,0	21,8	5,5	43,4
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	3,9	4,2	-7,4	7,4	8,3	-11,2	14,4
Käyttökate	3,9	12,5	-69,2	7,4	16,6	-55,8	23,0
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	2,5	2,9	-12,4	4,7	5,7	-16,9	9,4
% liikevaihdosta	18,1	21,6		17,1	20,8		17,8
Liikevoitto	2,5	11,3	-77,5	4,7	14,1	-66,3	17,7
% liikevaihdosta	18,1	84,2		17,1	51,2		33,6
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	483	461	4,7	480	472	1,9	465
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	14,0	13,4	4,9	27,6	27,4	0,6	52,6
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0
<b>OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT</b>							
	2014 4-6	2013 4-6	Muutos %	2014 1-6	2013 1-6	Muutos %	2013 1-12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)							
Etuovi.com	550,0	434,6	26,5	539,4	446,4	20,8	459,6
Autotalli.com	104,7	117,2	-10,6	115,1	121,9	-5,6	125,0
Monster.fi	112,1	93,5	19,9	121,4	105,0	15,6	102,6
MyyjaOsta.com	13,5	23,8	-43,4	16,7	24,1	-30,8	22,6
Telkku.com	737,1	692,1	6,5	762,6	698,1	9,2	692,3
Kotikokki.net	368,7	293,2	25,8	379,5	302,9	25,3	328,2
Meedio.fi	66,6	59,3	12,3	66,9	62,2	7,6	62,7

## Huhtikuu - kesäkuu 2014

Vuoden 2014 toisella neljänneksellä Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin liikevaihto kasvoi 4,9 % ja oli 14,0 (13,4) milj. euroa. Vertailukauden liikevaihtoon sisältyi 0,7 milj. euroa huhtikuussa 2013 myydyin Mascus-liiketoiminnan liikevaihtoa. Liikevaihtoa kasvatti 0,4 milj. eurolla uudet rekrytointipalveluyhtiöt Unkarissa, Tsekissä ja Puolassa. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 14,9 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 66,2 (60,4) % vuoden 2014 toisella vuosineljänneksellä. Myös asumiseen liittyvissä palveluissa myynti kehittyi hyvin.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 11,5 (10,5) milj. euroa. Kokonaiskuluja kasvattivat mm. kotimaan verkkopalveluiden kehittäminen sekä vuoden alusta hankittujen rekrytointipalveluyhtiöiden kulut, 0,7 milj. euroa.

Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli vuoden toisella neljänneksellä 2,5 (2,9) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 18,1 % (21,6 %) liikevaihdosta. Myydyin Mascus-liiketoiminnan vaikutus liikevoiton laskuun oli -0,2 milj. euroa. Segmentin liikevoitto oli 2,5 (11,3) milj. euroa. Vertailukauden liikevoittoon sisältyy kertaluonteisena eränä 8,4 milj. euron myyntivoitto Mascus-liiketoiminnan myynnistä. Katsauskaudella ei raportoitu kertaluonteisia tuottoja tai kuluja.



## Huhtikuu - kesäkuu 2014

Talousmedia ja yrityspalvelu -segmentin liikevaihto laski 9,1 % 13,1 (14,4) milj. euroon. Helmikuussa toteutunut BNS-liiketoiminnan myynti laski liikevaihtoa 1,1 milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 42,6 % (32,1 %).

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin sisältöliikevaihto laski 6,0 % ja oli 3,8 (4,1) milj. euroa. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 30,2 % ja kattoivat osittain painetun median sisältötuottojen laskua. Painetun median sisältötuottojen lasku johtui osittain kannattamattomien tilausten päättämisestä.

Vuoden toisen neljänneksen mediamyynti oli edellisen vuoden tasolla 4,1 (4,1) milj. euroa. Mediamyynti verkossa kasvoi 18,2 % vertailukaudesta.

Segmentin kokonaiskulut olivat 11,7 (12,7) milj. euroa. Kokonaiskulujen väheneminen johtuu BNS-liiketoimintojen myynnistä. Katsauskaudella ei raportoitu kertaluonteisia kuluja.

Talousmedia ja yrityspalvelu -segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 1,3 (1,7) milj. euroa ja liikevoitto 1,3 (1,7) milj. euroa. Liikevoitto laski painetun asiakasmedialiiketoiminnan heikentynyt kannattavuus. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 10,1 % (12,0 %) liikevaihdosta.

## Tammikuu - kesäkuu 2014

Talousmedia ja yrityspalvelu -segmentin liikevaihto laski 5,4 % 26,8 (28,4) milj. euroon. Helmikuussa toteutunut BNS-liiketoimintojen myynnin vaikutus liikevaihdon laskuun oli 2,1 milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 43,2 % (32,2 %).

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin sisältöliikevaihto laski 5,1 % ja oli 7,8 (8,2) milj. euroa. Digitaalisten sisältötuottojen kasvu kattoi osittain painetun median sisältötuottojen laskua.

Vuoden ensimmäisen vuosipuoliskon mediamyynti oli edellisen vuoden tasolla 7,9 (8,0) milj. euroa. Mediamyynti verkossa kasvoi 16,2 % vertailukaudesta.

Segmentin kokonaiskulut olivat 24,1 (25,3) milj. euroa. Kokonaiskulujen väheneminen johtuu BNS-liiketoiminnan myynnistä. Katsauskaudella ei raportoitu kertaluonteisia kuluja.

Talousmedia ja yrityspalvelu -segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 2,7 (3,1) milj. euroa ja liikevoitto 3,4 (3,1) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 10,0 % (10,8 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy kertaluonteisia tuotteita 0,7 (0,0) milj. euroa. Liikevoittoon vaikuttavat katsauskauden kertaluonteiset erät liittyivät BNS-liiketoiminnan myyntivoittoon.

## Valtakunnallinen kuluttajamedia

Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentissä raportoidaan IL-Median eri julkaisupalvelut.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2014 4-6	2013 4-6	Muutos %	2014 1-6	2013 1-6	Muutos %	2013 1-12
Liikevaihto	12,7	12,4	3,2	24,3	24,4	-0,6	49,0
Sisältöliikevaihto	7,1	7,6	-6,0	14,0	15,6	-10,7	30,9
Mediamyynnin liikevaihto	5,6	4,6	21,2	10,3	8,6	19,3	17,5
Palveluliikevaihto	0,0	0,2	-90,7	0,0	0,2	-82,2	0,5
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	11,1	11,4	-3,0	21,4	22,6	-5,1	44,3
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	1,7	0,9	79,2	2,8	1,8	54,0	4,8
Käyttökate	1,7	0,9	79,2	2,8	1,8	54,0	4,8
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	1,7	0,9	82,0	2,8	1,8	56,7	4,7
% liikevaihdosta	13,1	7,4		11,5	7,3		9,6
Liikevoitto	1,7	0,9	82,0	2,8	1,8	56,7	4,7
% liikevaihdosta	13,1	7,4		11,5	7,3		9,6
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	166	166	-0,3	158	160	-0,9	160
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	3,7	2,5	46,4	7,0	4,9	44,5	10,5
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	28,8	20,3		29,0	19,9		21,5

OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2014 4-6	2013 4-6		2014 1-6	2013 1-6		2013 1-12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)							
Iltalehti.fi	4 110,6	3 197,6	28,6	4 169,6	3 173,5	31,4	3 530,1
Tarkastettu levikki (1000 kpl)							
Iltalehti							77,3

### Huhtikuu - kesäkuu 2014

Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentin liikevaihto kasvoi huhti - kesäkuussa 3,2 % 12,7 (12,4) milj. euroon. Digitaalisen liiketoiminnan kasvu kompensoi painetun median sisältö- ja mediamyynnin laskun. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 28,8 % (20,3 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski huhti - kesäkuussa 6,0 % 7,1 (7,6) milj. euroon, mikä johtui lähinnä Iltalehden levikin laskusta. Iltalehden markkinaosuus oli katsauskaudella 39,3 (39,9) %.

Segmentin mediamyynti nousi 21,2 % ja oli 5,6 (4,6) milj. euroa. Painetun median mediamyynti laski 6,2 %. Segmentin verkkomediamyynti kasvoi 46,6 % ja oli 3,6 (2,5) milj. euroa. Myös mobiiliin ja IL-TV:n mediamyynti kehittyi hyvin.

Segmentin kokonaiskulut olivat 11,1 (11,4) milj. euroa. Kokonaiskulojen laskuun vaikutti erityisesti paino- ja jakelukulujen väheneminen painetun median myynnin laskun myötä.

Segmentin liikevoitto oli 1,7 (0,9) milj. euroa, 13,1 % (7,4 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella ei raportoitu kertaluonteisia tuottoja tai -kuluja.

### Tammikuu - kesäkuu 2014

Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentin liikevaihto laski tammi - kesäkuussa 0,6 % 24,3 (24,4) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 29,0 % (19,9 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi - kesäkuussa 10,7 % 14,0 (15,6) milj. euroon, mikä johtui lähinnä Iltalehden levikin laskusta.

Segmentin mediamyynti nousi 19,3 % ja oli 10,3 (8,6) milj. euroa. Painetun median mediamyynti laski 11,3 %. Segmentin verkkomediamyynti kasvoi 44,7 % ja oli 6,9 (4,8) milj. euroa.

Segmentin liikevoitto oli 2,8 (1,8) milj. euroa. Liikevoitto oli 11,5 % (7,3 %) liikevaihdosta. Ensimmäisen vuosipuoliskon aikana ei raportoitu kertaluonteisia tuottoja tai -kuluja.

## Alueellinen media

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

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2014 4-6	2013 4-6	Muutos %	2014 1-6	2013 1-6	Muutos %	2013 1-12
Liikevaihto	37,2	37,2	0,0	72,4	73,8	-1,9	147,1
Sisältöliikevaihto	16,1	16,6	-2,9	32,7	33,6	-2,8	67,6
Mediamyynnin liikevaihto	17,0	17,7	-3,8	31,5	33,7	-6,5	66,5
Palveluliikevaihto	4,1	2,9	40,1	8,2	6,5	26,7	13,0
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	34,3	35,9	-4,6	69,3	70,4	-1,7	137,4
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	4,4	2,7	59,7	6,1	5,5	10,8	15,3
Käyttökate	4,4	2,3	88,6	6,1	5,1	20,5	14,5
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	3,0	1,3	130,5	3,2	3,4	-5,9	9,8
% liikevaihdosta	8,0	3,5		4,4	4,6		6,6
Liikevoitto	3,0	-2,2	236,1	3,2	-0,1	2543,4	4,3
% liikevaihdosta	8,0	-5,9		4,4	-0,2		2,9
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	769	794	-3,1	749	804	-6,7	786
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	981	962	1,9	974	974	0,1	998
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	0,9	0,5	76,1	1,7	1,1	60,7	2,6
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	2,5	1,4		2,4	1,5		1,8
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2014 4-6	2013 4-6		2014 1-6	2013 1-6		2013 1-12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)							
Aamulehti.fi	414,8	388,9	6,7	417,8	389,8	7,2	396,3
Tarkastettu levikki (1000 kpl)							
Aamulehti							113,1
Painovolyymi (1 000 kpl)	62 962	46 682		125 623	94 542		194 978
Paperin käyttö (tonnia)	5 847	5 501		12 516	11 872		23 489

## Huhtikuu - kesäkuu 2014

Alueellinen media -segmentin liikevaihto oli huhti – kesäkuussa edellisvuoden tasolla, 37,2 (37,2) milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 2,5 % (1,4 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski huhti - kesäkuussa 2,9 % 16,1 (16,6) milj. euroon, mikä johtui painettujen sanomalehtien levikkien laskusta.

Segmentin mediamyynti laski 3,8 % ja oli 17,0 (17,7) milj. euroa. Painetun median mediamyynti laski 4,4 %. Mediamyynnin lasku hidastui alkuvuoden kokonaiskehitykseen nähden lähinnä toukokuun hyvästä myyntikehityksestä johtuen. Segmentin verkkomediamyynti kasvoi 16,3 % ja oli 0,5 (0,5) milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 40,1 % 4,1 (2,9) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu on seurausta Alma Manun ulkoisen painoliikevaihdon kasvusta.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 34,3 (35,9) milj. euroa ja kokonaiskulut 34,3 (39,4) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat niin sanomalehtien kuin painotoiminnan tehostamistoimenpiteet. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät Rovaniemen painon sulkemisesta johtuneisiin alaskirjauksiin.

Alma Media käynnisti huhtikuussa ennakoitua heikomman tuloskehityksen johdosta sopeuttamistoimenpiteet Alma Aluemediassa. Neuvottelujen tuloksena Alma Aluemedia sopi noin 1,5 milj. euron henkilöstösäästöistä vuodelle 2014. Säästöt saavutetaan vaihtamalla lomarahoja vapaaksi tai lomautuksilla.

Segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 3,0 (1,3) milj. euroa ja liikevoitto 3,0 (-2,2) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 8,0 % (3,5 %) liikevaihdosta.

### Tammikuu - kesäkuu 2014

Alueellinen media -segmentin liikevaihto laski tammi - kesäkuussa 1,9 % 72,4 (73,8) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 2,4 % (1,5 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi - kesäkuussa 2,8 % 32,7 (33,6) milj. euroon, mikä johtui painetun median levikkien laskusta.

Segmentin mediamyynti laski 6,5 % ja oli 31,5 (33,7) milj. euroa. Painetun median mediamyynti laski 7,4 %. Erityisesti valtakunnallinen mediamyynti laski vertailukaudesta. Segmentin verkkomediamyynti kasvoi 17,7 % ja oli 1,0 (0,9) milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 26,7 % 8,2 (6,5) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu on seurausta Alma Manun ulkoisen painoliikevaihdon kasvusta.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 69,3 (70,4) milj. euroa ja kokonaiskulut 69,3 (73,9) milj. euroa. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät Rovaniemen painon sulkemisesta johtuneisiin alaskirjauksiin.

Toimintavarmuus uudessa painolaitoksessa Tampereella on edelleen parantunut ja paperihävikin määrää tuotantovaihdosten yhteydessä on saatu laskettua. Painotoiminta Rovaniemellä päättyi 31.3.2014, jolloin Pohjolan Sanomien ja Lapin Kansan painotyöt siirrettiin konsernin ulkopuoliseen painoon.

Segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 3,2 (3,4) milj. euroa ja liikevoitto 3,2 (-0,1) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 4,4 % (4,6 %) liikevaihdosta.

### Osakkuusyhtiöt

OSUUS OSAKKUUSYRITYSTEN TULOKSISTA (milj. euroa)	2014 4-6	2013 4-6	2014 1-6	2013 1-6	2013 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,1
Talousmedia ja yrityspalvelut					
Talentum Oyj	0,1	0,2	0,3	0,3	-3,1
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alueellinen media	0,0	0,0	0,0	0,0	-1,4
Muut osakkuusyrietykset	0,2	0,1	0,3	0,2	0,3
Yhteensä	0,3	0,2	0,4	0,4	-4,1

Alma Media -konserni omistaa Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentissä raportoitavasta Talentum Oyj:stä yhteensä 32,14 %.

Alma Media osti helmikuussa 35 % Suomen johtavan matkailun verkkopalvelu Rantapallo Oy:n osakekannasta. Rantapallo raportoidaan vuoden 2014 ensimmäisestä neljänneksestä alkaen Alma Median osakkuusyhtiönä Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentissä.

### 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	2014	2013	2014	2013	2013
4-6	4-6	1-6	1-6	1-12	
Digitaaliset kuluttajapalvelut					
Uudelleenjärjestelykulut					-0,2
Myyntivoitot		8,4		8,4	8,5
Talousmedia & yritystieto					
Myyntivoitot			0,7		
Alueellinen media					
Uudelleenjärjestelykulut		-3,5		-3,5	-5,5
Kohdistamattomat					
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2		-0,2		
<b>LIIKEVOITON KERTALUONTEISET ERÄT</b>	<b>-0,2</b>	<b>4,9</b>	<b>0,6</b>	<b>4,9</b>	<b>2,8</b>
Osakkuusyhtiöosakkeiden arvonalennus					-5,0
<b>KERTALUONTEISET ERÄT TULOSESSA ENNEN VEROJA</b>	<b>-0,2</b>	<b>4,9</b>	<b>0,6</b>	<b>4,9</b>	<b>-2,1</b>

Kertaluonteiset erät tammi-kesäkuussa 2014 muodostuivat Baltic News Servicen myyntivoitosta ja toiminnan uudelleenjärjestelyistä.

## Tase ja rahoitusasema

Konsernitaseen loppusumma oli kesäkuun 2014 lopussa 271,3 (286,2) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 38,9 % (32,9 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,09 (1,12) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli huhti-kesäkuussa 3,0 (-4,2) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 2,1 (2,1) milj. euroa. Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi-kesäkuussa 19,7 (12,5) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 26,4 (17,0) milj. euroa.

Konsernilla oli korollisia velkoja kesäkuun lopussa yhteensä 93,3 (116,0) milj. euroa. Kesäkuun lopussa korollisista veloista rahoitusleasingvelkoja oli yhteensä 71,8 milj. euroa, lainoja rahoituslaitoksilta 9,5 milj. euroa ja lyhytaikaisia yritystodistuksia 12,0 milj. euroa.

Kesäkuun lopussa konsernin korollinen nettovelka oli 79,7 (103,5) milj. euroa. Nettovelkojen lasku johtui yritysjärjestelyistä saaduista rahavirroista sekä liiketoiminnan rahavirrasta, joka painottuu kausiluonteisesti alkuvuoteen.

Alma Medialla on käytettävissä yksi 25 milj. euron ja kaksi 20 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, joista oli 30.6.2014 käyttämättä 65,0 milj. euroa. Sen lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelmasta oli 30.6.2014 käyttämättä 88 milj. euroa.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneiden käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja tai -velkoja 30.6.2014.

## Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi-kesäkuussa 2014 yhteensä 12,0 (57,3) milj. euroa. Katsauskauden investoinnit koostuivat uusien rekrytointipalveluyhtiöiden hankinnoista Unkarissa, Puolassa ja Tsekissä, osuuden kasvattamisesta Alma Career Oy:ssä Suomessa, osakkuusyhtiö Alkali Oy:n lunastamisesta konserniyhtiöksi sekä normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

## Hallinto

Alma Media Oyj:n 20.3.2014 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 hallitukseen 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. Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä sekä palkka- ja palkkioselvitys vuodelta 2013 on julkaistu yhtiön internet-sivuilla osoitteessa [www.almamedia.fi/sijoittajille](http://www.almamedia.fi/sijoittajille).

## **Osinko**

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että tilikaudelta 2013 ei jaeta osinkoa. Yhtiöllä ei ole kertyneitä voittovaroja.

## **Sijoitetun vapaan oman pääoman rahaston käyttäminen**

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että yhtiön taseen 31.12.2013 mukaisesta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta käytetään 76 100 000 euroa tappion kattamiseen. Tappion kattamisella parannetaan edellytyksiä voitonjakoon tulevana tilikausina.

## **Pääomanpalautus**

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti jakaa pääomanpalautuksena 0,10 euroa osakkeelta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta. Yhtiökokoushetkellä yhtiöllä oli 75 486 853 osaketta, minkä perusteella palautettava määrä oli 7 548 685 euroa. Pääomanpalautus maksettiin osakkeenomistajalle, joka oli maksun täsmäytyspäivänä 25.3.2014 merkitty osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Pääoman palautus maksettiin hallituksen ehdotuksen mukaisesti 1.4.2014.

## **Hallituksen valtuuttaminen päättämään pääomanpalautuksesta**

Hallituksen ehdotuksen mukaisesti yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään harkintansa mukaan varojen jakamisesta osakkeenomistajille pääomanpalautuksena sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta. Valtuutuksen perusteella tehtävän pääomanpalautuksen enimmäismäärä on 0,10 euroa osakkeelta. Yhtiökokoushetkellä yhtiöllä on 75 486 853 osaketta, minkä perusteella palautettava määrä on enintään 7 548 685 euroa. Valtuutus on voimassa seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen alkuun saakka, kuitenkin enintään 30.6.2015 saakka.

## **Muut yhtiökokouksen päätökset**

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti alentaa yhtiön taseen 31.12.2013 mukaista ylikurssirahastoa määrältään 319 295 759 euroa 200 000 000 eurolla ja siirtää alentamismäärä yhtiön sijoitetun vapaan oman pääoman rahastoon. Yhtiön oma pääoma on lähes kokonaan sidottua omaa pääomaa, ja oman pääoman rakenteen ja voitonjaon kannalta on tarkoituksenmukaista muuttaa yhtiön pääomarakennetta niin, että sidotun oman pääoman osuus koko omasta pääomasta laskee. Ylikurssirahasto on yhtiön sidottua omaa pääomaa, minkä vuoksi ylikurssirahaston alentaminen edellyttää osakeyhtiölain mukaista kuulusmenettelyä. Kaikista ylikurssirahaston alentamiseen liittyvistä käytännön toimenpiteistä päättää hallitus.



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, omistuspohjan 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 30.6.2015 saakka.

## **Osake**

Huhti-kesäkuussa NASDAQ OMX:n Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 2 476 173 Alma Median osaketta, mikä vastasi 3,3 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.6.2014 oli 2,71 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 2,55 euroa ja ylin 2,91 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 204,6 milj. 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 päätti vuonna 2012 konsernin avainhenkilöiden osakepohjaisesta kannustinjärjestelmästä. Uudessa osakepalkkiojärjestelmässä on kolme ansaintajaksoa, kalenterivuodet 2012, 2013 ja 2014. Yhtiön hallitus päättää järjestelmän ansaintakriteerit ja niille asetettavat tavoitteet kunkin ansaintajakson alussa. Ansaintajaksolta 2012 ja 2013 ei suoritettu palkkiota osakepalkkiojärjestelmän perusteella. Järjestelmän mahdollinen palkkio ansaintajaksolta 2014 perustuu Alma Media -konsernin kannattavuuteen, ja se maksetaan vuonna 2015 osittain yhtiön osakkeina ja osittain rahana. Johtoryhmän jäsenille on lisäksi yksi kolmen kalenterivuoden mittainen Alma Media -konsernin kannattavaan kasvuun perustuva ansaintajakso, kalenterivuodet 2012 - 2014, jolta ei odoteta maksettavan palkkiota. Osakepalkkiojärjestelmän kohderyhmään kuuluu noin 20 henkilöä.

## **Hallituksen muut valtuutukset**

Hallituksella ei ole voimassa muita valtuuksia.

## **Markkinatakaus**

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

## **Liputusilmoitukset**

Vuoden 2014 toisella neljänneksellä yhtiö ei vastaanottanut Arvopaperimarkkinalain 9 luvun 5 pykälän mukaisia ilmoituksia omistususuuden 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, ilmoitusmyynnin 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 ilmoitusmyynnin kehitykseen. Ilmoitusmyynti 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 nousi lokakuussa 2013 ainoana mediayhtiönä pohjoismaiseen Climate Disclosure Leadership -indeksiin. Lisäksi Alma Median osake on sisällytetty OMX GES Sustainability Finland -indeksiin. Alma Media on jäsenenä Nordic Media CR Forum- ja Finnish Business & Society -yritysvastuuverkostoissa.

Alma Median liiketoiminnan merkittävimmät ympäristövaikutukset liittyvät hankintoihin, paino- ja jakelutoimintaan sekä kiinteistöihin. Vuonna 2013 yhtiön lehtipainoissa käytettiin noin 24 900 (26 400) tonnia sanomalehtipaperia. Alma Media käytti vuonna 2013 sähköenergiaa 16 333 (16 696) megawattituntia. Lisätietoja konsernin Kestävä media -yritysvastuuohjelmasta on saatavilla Alma Median verkkosivuilla.

### **Seuraava osavuosisikatsaus**

Alma Media Oyj julkistaa tuloksensa vuoden 2014 kolmannelta vuosineljännekseltä perjantaina 24.10.2014 klo 9.00.

ALMA MEDIA OYJ  
Hallitus

## OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2014 4-6	2013 4-6	Muutos %	2014 1-6	2013 1-6	Muutos %	2013 1-12
<b>LIKEVAIHTO</b>	75,7	76,3	-0,9	148,4	151,2	-1,9	300,2
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	8,6	-97,6	1,1	8,7	-87,6	9,2
Materiaalit ja palvelut	19,5	20,7	-5,8	38,2	40,8	-6,4	79,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuneet kulut	31,2	31,3	-0,3	62,7	61,7	1,7	119,4
Poistot ja arvonalentumiset	3,4	6,5	-47,1	7,0	9,0	-22,2	18,3
Liiketoiminnan muut kulut	15,6	16,9	-8,0	32,1	33,5	-4,0	65,1
<b>LIKEVOITTO</b>	6,1	9,5	-35,5	9,3	14,9	-37,4	27,0
Rahoitustuotot	0,2	0,5	-54,4	0,3	0,9	-66,1	1,9
Rahoituskulut	0,9	0,7	33,9	1,7	1,3	29,0	2,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	0,2	61,0	0,4	0,4	11,1	-4,1
<b>TULOS ENNEN VEROJA</b>	5,8	9,5	-39,4	8,4	15,0	-43,6	22,4
Tuloverot	1,0	1,6	-36,1	1,5	2,9	-47,8	6,4
<b>TILIKAUDEN TULOS</b>	4,8	7,9	-40,1	6,9	12,0	-42,5	16,0

**MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:**

Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuus pohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	-0,4	0,0		-0,4	0,0		0,0
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	-0,1	-0,4		-0,1	-0,3		-0,8
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatusta muista laajan tuloksen eristä	-0,2	-0,5		-0,3	-0,2		-0,4
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,7	-0,8		-0,7	-0,5		-1,3
<b>TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ</b>	4,1	7,1		6,2	11,5		14,7
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	4,2	7,7		6,0	11,4		15,0
- Määräysvallattomille omistajille	0,5	0,3		0,9	0,6		0,9
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	3,6	6,8		5,3	10,9		13,7
- Määräysvallattomille omistajille	0,5	0,3		0,9	0,6		0,9
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake, euroa	0,06	0,10		0,08	0,15		0,20
- Tulos/osake (laimennettu), euroa	0,06	0,10		0,08	0,15		0,20

TASE (milj. euroa)	30.6.2014	30.6.2013	31.12.2013
<b>VARAT</b>			
<b>PITKÄAIKAISET VARAT</b>			
Liikearvo	72,8	72,7	70,7
Muut aineettomat hyödykkeet	42,0	43,7	42,2
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	83,2 24,9	87,9	86,3
Osuudet osakkuusyrietyksissä		31,0	25,5
Muut rahoitusvarat	3,8	3,9	3,8
Laskennalliset verosaamiset	1,4	1,5	1,5
<b>LYHYTAIKAISET VARAT</b>			
Vaihto-omaisuus	1,1	0,7	1,4
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	2,1	3,0	0,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	26,4	28,1	27,0
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,0	1,3	2,0
Rahavarat	13,6	12,4	12,3
<b>VARAT YHTEENSÄ</b>	<b>271,3</b>	<b>286,2</b>	<b>272,8</b>
<b>(milj. euroa)</b>	<b>30.6.2014</b>	<b>30.6.2013</b>	<b>31.12.2013</b>
<b>OMA PÄÄOMA JA VELAT</b>			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,6	-0,1	-0,6
Kertyneet voittovarot	30,1	31,9	35,6
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	82,4	84,8	88,1
Määräysvallattomien omistajien osuus	14,7	2,0	2,3
<b>OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ</b>	<b>97,1</b>	<b>86,8</b>	<b>90,4</b>
<b>VIERAS PÄÄOMA</b>			
<b>PITKÄAIKAISET VELAT</b>			
Pitkäaikaiset korolliset velat	75,9	72,9	69,7
Laskennalliset verovelat	6,7	7,3	7,0
Eläkevelvoitteet	2,9	2,8	2,6
Varaukset	0,0	0,1	0,0
Muut rahoitusvelat	0,0	0,1	0,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,4	0,4	0,4
<b>LYHYTAIKAISET VELAT</b>			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	18,0	43,6	40,8
Saadut ennakot	21,4	22,7	13,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	0,0	0,0	1,5
Varaukset	3,9	3,8	4,2
Ostovelat ja muut velat	45,0	45,8	42,4
<b>VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>174,2</b>	<b>199,4</b>	<b>182,3</b>
<b>OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>271,3</b>	<b>286,2</b>	<b>272,8</b>

## 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 1.1.2014	45,3	7,7	-0,6	35,6	88,1	2,3	90,4
Tilikauden tulos				6,0	6,0	0,9	6,9
Muut laajan tuloksen erät			-0,1	-0,7	-0,7	0,0	-0,7
Liiketoimet omistajien kanssa							
Emoyhtiön osingonjako				-7,5	-7,5	0,0	-7,5
Tytäryritysten osingonjako					0,0	-0,8	-0,8
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot				0,1	0,1	0,0	0,1
Liiketoimintojen yhdistymiset				-3,5	-3,5	12,2	8,7
Osuus osakkuusyhtiön omaan pääomaan kirjatusta eristä				0,0	0,0		0,0
Oma pääoma 30.6.2014	45,3	7,7	-0,6	30,1	82,4	14,7	97,1
milj. euroa							
Oma pääoma 1.1.2013	45,3	7,7	0,2	28,0	81,3	2,7	84,0
Tilikauden tulos			0,0	11,4	11,4	0,6	12,0
Muut laajan tuloksen erät			-0,3	-0,2	-0,5		-0,5
Liiketoimet omistajien kanssa							
Emoyhtiön osingonjako				-7,5	-7,5		-7,5
Tytäryritysten osingonjako						-1,2	-1,2
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot				0,3	0,3		0,3
Osuus osakkuusyhtiön omaan pääomaan kirjatusta eristä				-0,1	-0,1		-0,1
Oma pääoma 30.6.2013	45,3	7,7	-0,1	31,9	84,8	2,0	86,8

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2014 4-6	2013 4-6	2014 1-6	2013 1-6	2013 1-12
<b>LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA</b>					
Tilikauden voitto	4,8	7,9	6,9	12,0	16,0
Oikaisuerät	4,7	2,6	8,4	6,9	25,4
Käyttöpääoman muutos	-2,7	-11,1	10,2	-0,2	-11,8
Saadut osingot	0,7	0,1	0,7	0,3	1,3
Saadut korot	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,7	-0,5	-1,3	-1,0	-1,8
Maksetut verot	-3,8	-3,3	-5,3	-5,6	-4,7
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	3,0	-4,2	19,7	12,5	24,4
<b>INVESTOINTIEN RAHAVIRTA</b>					
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-0,9	-2,0	-2,0	-3,9	-6,2
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Luovutustulot muista sijoituksista	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Tytäryritysten ja liiketoimintojen hankinta	-0,6	-2,6	-0,2	-2,6	-2,6
Osakkuusyritysten hankinta	-0,2	0,0	-0,7	0,0	0,0
Tytäryritysten myynti ja palautuneet hankintamenot	0,6	10,5	9,4	10,5	10,5
Osakkuusyritysten myynti ja pääoman palautukset	0,0	0,4	0,0	0,4	0,4
Investointien rahavirta yhteensä	-1,0	6,4	6,6	4,6	2,3
Rahavirta ennen rahoitusta	2,1	2,1	26,4	17,0	26,7
<b>RAHOITUKSEN RAHAVIRTA</b>					
Lyhytaikaisten lainojen nostot	39,0	54,0	108,0	54,0	143,5
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-41,1	-59,2	-124,8	-66,8	-166,0
Maksetut osingot	-0,2	-0,1	-8,3	-8,7	-8,7
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-2,3	-5,3	-25,1	-21,6	-31,2
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-0,3	-3,2	1,3	-4,5	-4,5
Rahavarat kauden alussa	13,9	15,7	12,3	17,1	17,1
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,0	-0,1	0,0	-0,1	-0,3
Rahavarat kauden lopussa	13,6	12,4	13,6	12,4	12,3

## Hankitut liiketoiminnot 2014

Konserni on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2014 aikana:

	Liiketoiminto	Hankinta- hetki	Konsernin hankintaosuus
<u>Digitaaliset kuluttajapalvelut-segmentti</u>			
Monster HU	Verkkopalvelu	3.1.2014	85 %
Monster PL	Verkkopalvelu	3.1.2014	85 %
Monster CZ	Verkkopalvelu	3.1.2014	85 %
Alma Career Oy (aik Monster Oy)	Verkkopalvelu	3.1.2014	10 %
Alkali Oy	Verkkopalvelu	2.6.2014	65 %

Monster-järjestelyn yhteydessä Alma Median tytäryhtiön Monster Oy:n nimi muuttuu Alma Career Oy:ksi ja Monster Worldwide Inc:stä tuli sen vähemmistöosakas 15 % osuudella. Omistusosuutta vastaan Monster Worldwide Inc luovutti yritykselle Puolan, Unkarin ja Tsekin rekrytointipalveluliiketoimintansa sekä osti yrityksen osakkeita 4,7 miljoonalla eurolla. Alma Media luovutti järjestelyn yhteydessä 15 % osuuden rekrytointiliiketoiminnoista, sisältäen Tsekeissä toimivan LMC:n, Baltiassa toimivan CV Onlinen, Slovakiassa ja Tsekeissä toimivat Profesiati sekä Slovakiassa toimivan TauOnlinen. Alma Media -konsernin omistusosuus uusista yhtiöistä on transaktion jälkeen 85 %. Monster Worldwide Inc:llä on optio kasvattaa omistusosuuttaan 20 %:iin vuoteen 2017 mennessä. Aikaisemmin Monster Worldwide Inc omisti 25 % Suomessa toimivasta Monster-liiketoiminnasta ja Alma Media 75 %.

Alma Media esitti tilinpäätöksessä järjestelystä alustavan hankintamenolaskelman, jonka mukaisesti luovutettujen vähemmistöosakkeiden arvo perustui Alma Media -konsernin kirjanpitoarvoihin. Järjestelyn lopullisessa kirjaamisessa vähemmistöosuuden arvo määräytyi käypien arvojen mukaan. Alla olevissa taulukoissa on esitetty järjestelyn vaikutuksia Alma Media -konsernin taseeseen.

(milj. euroa)		
Osuus luovutettujen liiketoimintojen käyvästä arvosta (vähemmistöosuuden kasvu omassa pääomassa)		12,2
Käteissuoritukset		-4,7
Hankintamenot yhteensä		7,5
	Kirjanpitoarvot ennen yhdistämistä	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
(milj. euroa)		
Monster HU, Monster PL ja Monster CZ		
Aineelliset hyödykkeet	0,3	0,3
Aineettomat hyödykkeet	0,0	1,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,5	0,5
Rahavarat	0,3	0,3
Yhteensä	1,1	2,1
Laskennalliset verovelat	0,0	0,2
Ostovelat ja muut velat	0,7	0,7
Yhteensä	0,7	0,8
Nettovarot 100 %	0,5	1,3
Nettovarot 85 %	0,4	1,1
Hankitun tytäryrityksen rahavarat		0,3
Järjestelyssä syntynyt liikearvo		3,2
Alma Career Oy:n hankinnasta (10 %) syntyneen liikearvon *) kirjaus kertyneiden voittovarojen oikaisuksi		3,1

\*) suoraan emoyrityksen omistajille kuuluvaan omaan pääomaan on kirjattu määrä, jolla määräysvallattomien omistajien osuuteen tehty oikaisu poikkeaa luovutetun vastikkeen käyvästä arvosta.

2.6.2014 Alma Media -konserniin kuuluva tytäryritys Alma Mediapartners Oy hankki Alkali Oy:n koko osakekannan. Aiemmin Alma Media konsernin omistusosuus yhtiössä oli 24,3 %. Hankinta käsitellään Alma Median konsernitilinpäätöksessä vaiheittaisena hankintana. Järjestelyn yhteydessä ei syntynyt merkittävää tulosvaikutteista kirjausta. Yhtiö yhdistellään Alma Media -konserniin yhtiön emoyhtiön, Alma Mediapartners Oy:n, konsernin emoyhtiön omistajille kuuluvan omistusosuuden, 65 %, mukaisesti.

(milj. eur)

	Kirjanpitoarvot ennen yhdistämistä	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Hankintameno 100 %		1,5
Hankintameno 65 %		1,2
<b>Alkali Oy</b>		
(milj. euroa)		
Aineelliset hyödykkeet	0,0	0,0
Aineettomat hyödykkeet	0,0	0,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,1	0,1
Rahavarat	0,3	0,3
Yhteensä	0,4	1,2
Laskennalliset verovelat	0,0	0,1
Ostovelat ja muut velat	0,2	0,2
Yhteensä	0,2	0,3
Nettovarat 100 %	0,3	0,9
Nettovarat 65 %		0,6
Hankitun tytäryrityksen rahavarat		0,3
Järjestelyssä syntynyt liikearvo		0,7
Vaiheittaisessa hankinnassa kirjattu tulosvaikutteinen myyntivoitto		0,0

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin IT-sovelluksiin sekä asiakassopimuksiin. Hankinnoissa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuihin liiketoimintoihin liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

## Ehdolliset kauppahinnat

Konsernilla ei ollut 30.6.2014 taseessa ehdollisia kauppahintasaatavia tai -velkoja.

### EHDOLLISET KAUPPAHINTASAATAVAT

(milj. euroa)

Saatavien alkuperäinen käypä arvo	8,4
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-0,5
Saadut suoritukset	-7,9
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,1
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	0,0

### EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT

(milj. euroa)

Velkojen alkuperäinen käypä arvo	6,7
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-4,3
Maksetut velat	-2,4
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	0,0



LIIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA					
milj. euroa	2014	2013	2014	2013	2013
	4-6	4-6	1-6	1-6	1-12
Suomi	65,7	67,3	127,9	131,1	259,2
Muut EU-maat	9,7	8,9	20,0	19,3	39,7
Muut maat	0,3	0,2	0,5	0,8	1,3
Yhteensä	75,7	76,3	148,4	151,2	300,2

### Tiedot segmenteittäin

Alma Median segmentit ovat Digitaaliset kuluttajapalvelut, Talousmedia ja yrityspalvelut, Valtakunnallinen kuluttajamedia ja Alueellinen media. Osavuositarkastuksen 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	30.6.2014	30.6.2013	31.12.2013	
Digitaaliset kuluttajapalvelut	94,7	80,0	90,6	
Talousmedia ja yrityspalvelut	34,4	37,0	36,7	
Valtakunnallinen kuluttajamedia	4,6	5,1	5,1	
Alueellinen media	97,0	110,9	102,4	
Segmentit yhteensä	230,7	232,9	234,8	
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	40,6	53,3	38,0	
Yhteensä	271,3	286,2	272,8	

VELAT SEGMENTEITTÄIN				
milj. euroa	30.6.2014	30.6.2013	31.12.2013	
Digitaaliset kuluttajapalvelut	15,2	13,3	13,2	
Talousmedia ja yrityspalvelut	10,2	12,3	9,9	
Valtakunnallinen kuluttajamedia	4,7	5,0	5,2	
Alueellinen media	105,2	110,4	100,6	
Segmentit yhteensä	135,2	141,1	128,8	
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	39,0	58,3	53,5	
Yhteensä	174,2	199,4	182,3	

INVESTOINNIT					
milj. euroa	2014	2013	2014	2013	2013
	4-6	4-6	1-6	1-6	1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	1,6	0,3	10,0	0,4	2,0
Talousmedia ja yrityspalvelut	0,3	0,2	0,7	0,3	0,8
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2
Alueellinen media	0,3	5,6	0,6	51,0	52,0
Segmentit yhteensä	2,4	6,2	11,5	51,8	55,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,2	4,2	0,5	5,6	7,9
Yhteensä	2,5	10,4	12,0	57,3	62,8

### Varaukset

Yhtiöllä oli 30.6.2014 yhteensä 3,9 (3,9) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

**Vastuut**

VASTUUSITOUMUKSET			
milj. euroa	30.6.2014	30.6.2013	31.12.2013
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takuudet	1,3	1,3	1,3
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	8,8	7,8	8,8
1-5 vuoden kuluessa	25,9	23,3	27,4
yli viiden vuoden kuluttua	34,6	33,0	37,6
Yhteensä	69,3	64,1	73,7
Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellasia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuorasopimuskomponentti. Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:	0,3	1,0	0,8

JOHDANNAISSOPIMUKSET			
milj. euroa	30.6.2014	30.6.2013	31.12.2013
Hyödyke johdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	-0,1	-0,1	-0,1
Nimellisarvo	0,5	0,7	0,6
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,5	-0,3	-0,2
Kohde-etuuden arvo	15,8	23,7	15,9

\* 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	2014	2013	2014	2013	2013
milj. euroa	4-6	4-6	1-6	1-6	1-12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,2	0,1	0,4	0,1	0,4
Osakkuusyhtiöt	0,2	0,0	0,3	0,0	0,1
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,9	0,7	1,6	1,4	3,2
Osakkuusyhtiöt	0,9	0,7	1,5	1,4	3,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	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 voidaan antaa vuosina 2009 - 2011 yhteensä enintään 2 130 000 kappaletta, ja ne oikeuttavat 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 on päättynyt.

2009B-optioita myönnettiin 610 000 kappaletta. Osakkeiden merkintäaika optio-oikeudella 2009B on 1.4.2013–31.3.2015. Konsernin johdolla on hallussaan yhteensä 505 000 kappaletta 2009B-optio-oikeutta. Optioiden merkintähinta on laskenut vuosittain osingonjaon määrällä ja oli vuoden 2014 kesäkuussa 6,03 euroa. 2009B-optioilla ei tehty osakemerkintöjä 30.6.2014 mennessä.

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 2014 kesäkuussa 7,35 euroa.

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

### **Osakepalkkiojärjestelmä**

Alma Media Oyj:n hallitus on helmikuussa 2012 hyväksynyt uuden, osakeomistukseen perustuvan kannustinjärjestelmän Alma Media -konsernin avainhenkilöstölle. Järjestelmässä on kolme (3) yhden (1) kalenterivuoden mittaista konsernin tulokseen perustuvaa ansaintajaksoa, kalenterivuodet 2012, 2013 ja 2014. Johtoryhmän jäsenille on lisäksi yksi (1) kolmen (3) kalenterivuoden mittainen konsernin kannattavaan kasvuun perustuva ansaintajakso, kalenterivuodet 2012–2014.

Järjestelmän palkkio maksetaan avainhenkilöille kunkin ansaintajakson päättymisen jälkeen vuosina 2013, 2014 ja 2015 huhtikuun loppuun mennessä osakkeiden ja rahan yhdistelmänä. Ansaintajakson 2012–2014 palkkio vahvistetaan huhtikuun 2015 loppuun mennessä, ja se maksetaan kahdessa (2) yhtä suuressa erässä yhden (1) vuoden ja kahden (2) vuoden kuluttua ansaintajakson päättymisestä osakkeiden ja rahan yhdistelmänä.

Järjestelmän perusteella yhden vuoden ansaintajaksoilta palkkiona maksettuja osakkeita ei saa luovuttaa, pantata tai muutoin käyttää (luovutusrajoitus) niille asetetun sitouttamisjakson aikana (sitouttamisjakso). Sitouttamisjakso alkaa palkkion maksamisesta ja päättyy ansaintajaksolta 2012 ansaittujen osakkeiden osalta 31.12.2014, ansaintajaksolta 2013 ansaittujen osakkeiden osalta 31.12.2015 sekä ansaintajaksolta 2014 ansaittujen osakkeiden osalta 31.12.2016.

Palkkiota ei makseta avainhenkilölle, jos konserniyhtiö tai avainhenkilö irtisanoo tai purkaa avainhenkilön työ- tai toimisopimuksen ennen palkkion maksamista. Avainhenkilön on palautettava luovutusrajoituksen alaiset palkkiona annetut osakkeet vastikkeetta viipymättä yhtiölle tai sen määräämälle, jos konserniyhtiö tai avainhenkilö irtisanoo tai purkaa avainhenkilön työ- tai toimisopimuksen ennen sitouttamisjakson päättymistä. Ansaintajaksolta 2012-2014 ansaittuihin osakkeisiin ei liity sitouttamisjaksoa.

Koko järjestelmän perusteella annetaan palkkiona yhteensä enintään 600 000 osaketta ja rahaa määrä, joka tarvitaan palkkiosta avainhenkilöille aiheutuviin veroihin ja veronluonteisiin maksuihin osakkeiden kirjaushetkellä.

Palkkiojärjestelmän piiriin kuului ansaintajaksoille 2012, 2013 ja 2014 yhteensä 20 - 25 henkilöä. Järjestelmän arvo ansaintajaksoneen 2012 vastasi 120 000 osakkeen arvoa, ansaintajaksoneen 2013 117 000 sekä rahamäärää, joka tarvitaan palkkiosta avainhenkilöille aiheutuviin veroihin ja veronluonteisiin maksuihin, jos hallituksen asettama tulostavoite saavutetaan. Tulostavoitetta ei saavutettu ansaintajaksoneen 2012 ja 2013.

Järjestelmän arvo ansaintajaksoneen 2014 vastaa 383 000 osakkeen arvoa ja rahamäärää, joka tarvitaan palkkiosta avainhenkilöille aiheutuviin veroihin ja veronluonteisiin maksuihin olettaen, että hallituksen asettama tulostavoite saavutetaan.

Johtoryhmän jäsenille on lisäksi yksi kolmen kalenterivuoden mittainen Alma Media -konsernin kannattavaan kasvuun perustuva ansaintajakso, kalenterivuodet 2012-2014, jolta mahdollinen palkkio maksetaan vuoden (ansaintajakso 2012-2014) ja kahden vuoden kuluttua (ansaintajakso 2012-2014 II) ansaintajakson päättymisestä osittain yhtiön osakkeina ja osittain rahana. Ansaintajaksoneen 2012-2014 ja 2012-2014 II järjestelmän arvo vastaa 212 000 osakkeen arvoa sekä rahamäärää, joka tarvitaan palkkiosta

avainhenkilöille aiheutuviin veroihin ja veronluonteisiin maksuihin, jos hallituksen asettama kasvutavoite saavutetaan.

Järjestelmästä kirjataan kulu osakepalkkion käypään arvoon perustuen oikeuden syntymisajanjakson kuluessa kunnes osakkeet ovat vapaasti kohderyhmän käytettävissä. Osakkeen käypä arvo on osakkeen kurssi vähennettynä ansaintajakson aikana odotettavissa olevilla osingoilla. Käypä arvo määritellään päivänä, jona kohderyhmä on hyväksynyt järjestelyn ehdot. Rahana maksettavan palkkion käypä arvo määritellään kunakin raportointihetkenä tarkasteluhetken osakkeen pörssikurssin perusteella. Tilikaudella 2014 osakepalkkiojärjestelmästä ei ole kirjattu kuluja, koska järjestelyn ei odoteta toteutuvan.

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2014 4-6	2014 1-3	2013 10-12	2013 7-9	2013 4-6	2013 1-3	2012 10-12	2012 7-9	2012 4-6
<b>LIIKEVAIHTO</b>	<b>75,7</b>	<b>72,7</b>	<b>77,3</b>	<b>71,7</b>	<b>76,3</b>	<b>74,9</b>	<b>82,7</b>	<b>75,2</b>	<b>81,0</b>
Digitaaliset kuluttajapalvelut	14,0	13,6	12,9	12,3	13,4	14,1	13,1	12,2	12,6
Talousmedia ja yrityspalvelut	13,1	13,7	15,4	13,1	14,4	14,0	16,1	13,2	14,9
Valtakunnallinen kuluttajamedia	12,7	11,5	12,4	12,2	12,4	12,0	13,4	13,3	14,5
Alueellinen media	37,2	35,1	38,2	35,1	37,2	36,6	42,4	38,7	41,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,4	-1,3	-1,6	-1,0	-1,0	-1,8	-2,2	-2,2	-2,8
<b>KOKONAISKULUT ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ</b>	<b>69,5</b>	<b>70,2</b>	<b>71,1</b>	<b>64,1</b>	<b>71,9</b>	<b>69,6</b>	<b>74,4</b>	<b>66,4</b>	<b>73,4</b>
Digitaaliset kuluttajapalvelut	11,5	11,5	11,5	10,1	10,5	11,3	12,0	10,0	11,3
Talousmedia ja yrityspalvelut	11,7	12,4	12,8	10,9	12,7	12,7	13,8	11,5	13,8
Valtakunnallinen kuluttajamedia	11,1	10,4	11,3	10,4	11,4	11,2	11,7	11,4	11,8
Alueellinen media	34,3	35,0	34,6	32,4	35,9	34,5	35,5	34,5	37,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,9	1,0	0,9	0,3	1,4	-0,1	1,3	-1,0	-0,6
<b>KÄYTTÖKATE ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ</b>	<b>9,7</b>	<b>6,1</b>	<b>10,1</b>	<b>11,4</b>	<b>8,0</b>	<b>8,0</b>	<b>10,6</b>	<b>12,0</b>	<b>10,8</b>
Digitaaliset kuluttajapalvelut	3,9	3,5	2,6	3,6	4,2	4,1	2,3	3,2	2,4
Talousmedia ja yrityspalvelut	1,4	1,5	2,7	2,4	1,9	1,5	2,5	1,9	1,3
Valtakunnallinen kuluttajamedia	1,7	1,2	1,1	1,9	0,9	0,9	1,7	1,9	2,7
Alueellinen media	4,4	1,8	5,5	4,3	2,7	2,8	7,4	5,8	6,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-1,9	-1,8	-0,7	-1,7	-1,3	-3,3	-0,8	-2,0
<b>LIIKEVOITTO/-TAPPIO ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ</b>	<b>6,3</b>	<b>2,6</b>	<b>6,4</b>	<b>7,8</b>	<b>4,6</b>	<b>5,5</b>	<b>8,5</b>	<b>8,9</b>	<b>7,7</b>
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,5	2,2	1,5	2,2	2,9	2,8	1,1	2,2	1,4
Talousmedia ja yrityspalvelut	1,3	1,4	2,6	2,2	1,7	1,3	2,3	1,7	1,1
Valtakunnallinen kuluttajamedia	1,7	1,1	1,1	1,8	0,9	0,9	1,7	1,9	2,7
Alueellinen media	3,0	0,2	3,6	2,7	1,3	2,1	6,9	4,3	4,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,2	-2,3	-2,4	-1,3	-2,2	-1,6	-3,5	-1,2	-2,3
<b>% LIIKEVAIHDOSTA</b>	<b>8,3</b>	<b>3,5</b>	<b>8,2</b>	<b>10,8</b>	<b>6,0</b>	<b>7,3</b>	<b>10,3</b>	<b>11,8</b>	<b>9,5</b>
Digitaaliset kuluttajapalvelut	18,1	16,2	11,3	18,2	21,6	19,9	8,6	17,8	11,0
Talousmedia ja yrityspalvelut	10,1	9,9	16,7	16,9	12,0	9,6	14,2	12,9	7,1
Valtakunnallinen kuluttajamedia	13,1	9,8	8,8	15,1	7,4	7,2	12,7	14,2	18,6
Alueellinen media	8,0	0,6	9,5	7,8	3,5	5,7	16,3	11,0	11,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>KERTALUONTEISET ERÄT</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>-2,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4,9</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,9</b>	<b>-0,7</b>	<b>-2,9</b>
Digitaaliset kuluttajapalvelut	0,0	0,0	-0,1	0,0	8,4	0,0	-0,1	-0,5	-0,3
Talousmedia ja yrityspalvelut	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,9	-0,1	0,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,0	0,0	0,0	-0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alueellinen media	0,0	0,0	-2,0	0,3	-3,5	0,0	0,3	-0,1	-2,6
Kohdistamattomat toiminnot	-0,2	-0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,0
<b>LIIKEVOITTO/-TAPPIO</b>	<b>6,1</b>	<b>3,2</b>	<b>4,3</b>	<b>7,8</b>	<b>9,5</b>	<b>5,4</b>	<b>7,6</b>	<b>8,1</b>	<b>4,8</b>
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,5	2,2	1,4	2,2	11,3	2,8	1,0	1,7	1,1
Talousmedia ja yrityspalvelut	1,3	2,1	2,6	2,2	1,7	1,3	1,4	1,6	1,1
Valtakunnallinen kuluttajamedia	1,7	1,1	1,1	1,8	0,9	0,9	1,7	1,9	2,7
Alueellinen media	3,0	0,2	1,7	2,7	-2,2	2,0	7,2	4,2	2,2
Kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-2,4	-2,4	-1,3	-2,2	-1,6	-3,7	-1,2	-2,3
Rahoitustuotot	0,2	0,1	0,5	0,9	0,5	0,4	1,0	3,1	0,7
Rahoituskulut	0,9	0,8	0,7	0,8	0,5	0,6	0,9	0,6	0,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	0,1	-4,4	-0,2	0,2	0,2	-3,9	-0,2	0,3
<b>TULOS ENNEN VEROJA</b>	<b>5,8</b>	<b>2,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>7,7</b>	<b>9,5</b>	<b>5,4</b>	<b>3,8</b>	<b>10,5</b>	<b>5,6</b>
Tuloverot	-1,0	-0,5	-1,7	-1,8	-1,6	-1,4	-1,7	-2,4	-1,1
<b>TILIKAUDEN TULOS</b>	<b>4,8</b>	<b>2,2</b>	<b>-2,0</b>	<b>5,9</b>	<b>7,9</b>	<b>4,1</b>	<b>2,1</b>	<b>8,1</b>	<b>4,5</b>

## Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2013. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen osavuositarkastus tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2013 kanssa. Tilikaudet 2013 ja 2014 ovat laadintaperiaatteiltaan vertailukelpoisia. Yhtiöllä ei ole raportoitavia lopetettuja toimintoja tilikausilla 2013 - 2014.

Osavuositarkastuksen tunnusluvut on laskettu samoilla laskentaperiaatteilla kuin vuositilinpäätöksessä. Sijoitetun pääoman tuotto % (ROI) ja Oman pääoman tuotto % (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.

1.1.2014 käyttöön otettuja uusia laskentastandardien muutoksia:

IFRS 10 Konsernitilinpäätös

IFRS 11 Yhteisjärjestelyt

IFRS 12 Tilinpäätöksessä esitettävät tiedot osuuksista muissa yhteisöissä

IAS 28 (uudistettu 2011) Osuudet osakkuus- ja yhteisyrityksissä

IAS 32:n Rahoitusinstrumentit: esittämistapa muutos Rahoitusvarojen ja -velkojen vähentäminen toisistaan

IAS 36:n Omaisuuserien arvon alentuminen muutos Recoverable Amount Disclosures for Non-Financial Assets

IAS 39:n Rahoitusinstrumentit: kirjaaminen ja arvostaminen muutos Novation of Derivatives and Continuation of Hedge Accounting

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 2014

- Osavuositarkastus tammi-syyskuulta 2014 perjantaina 24.10.2014 noin klo 9.00.

## LIIKEVAIHTO JA -VOITTO SEGMENTEITTÄIN UUDELLA SEGMENTTIRAKENTEELLA

LIIKEVAIHTO SEGMENTEITTÄIN 2013 milj. euroa	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut					
Ulkoinen liikevaihto	14,0	13,3	12,2	12,5	52,0
Segmenttien välinen liikevaihto	0,1	0,1	0,1	0,3	0,6
Digitaaliset kuluttajapalvelut yhteensä	14,1	13,4	12,3	12,9	52,6
Talousmedia ja yrityspalvelut					
Ulkoinen liikevaihto	13,8	14,2	13,0	15,2	56,3
Segmenttien välinen liikevaihto	0,2	0,1	0,1	0,2	0,6
Talousmedia ja yrityspalvelut yhteensä	14,0	14,4	13,1	15,4	56,8
Valtakunnallinen kuluttajamedia					
Ulkoinen liikevaihto	11,9	12,2	12,0	12,0	48,0
Segmenttien välinen liikevaihto	0,1	0,2	0,2	0,4	0,9
Valtakunnallinen kuluttajamedia yhteensä	12,0	12,4	12,2	12,4	49,0
Alueellinen media					
Ulkoinen liikevaihto	34,4	35,7	33,7	36,1	139,9
Segmenttien välinen liikevaihto	2,1	1,5	1,5	2,1	7,2
Alueellinen media yhteensä	36,6	37,2	35,1	38,2	147,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,8	-1,0	-1,0	-1,6	-5,3
Yhteensä	74,9	76,3	71,7	77,3	300,2

LIIKEVOITTO SEGMENTEITTÄIN 2013* milj. euroa	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,8	11,3	2,2	1,4	17,7
Talousmedia ja yrityspalvelut	1,3	1,7	2,2	2,6	7,8
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,9	0,9	1,8	1,1	4,7
Alueellinen media	2,0	-2,2	2,7	1,7	4,3
Segmentit yhteensä	7,1	11,7	9,0	6,7	34,5
Kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-2,2	-1,3	-2,4	-7,5
Yhteensä	5,4	9,5	7,8	4,3	27,0

\* Sisältää kertaluonteiset erät.

## LIIKEVAIHTO JA -VOITTO SEGMENTEITTÄIN VANHALLA SEGMENTTIRAKENTEELLA

LIIKEVAIHTO SEGMENTEITTÄIN 2013 milj. euroa	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Sanomalehdet					
Ulkoinen liikevaihto	45,1	46,7	44,5	46,9	183,1
Segmenttien välinen liikevaihto	0,5	0,6	0,6	0,8	2,5
Sanomalehdet yhteensä	45,6	47,3	45,1	47,7	185,6
Kauppalehti-ryhmä					
Ulkoinen liikevaihto	13,8	14,2	13,0	15,2	56,3
Segmenttien välinen liikevaihto	0,2	0,1	0,1	0,2	0,6
Kauppalehti-ryhmä yhteensä	14,0	14,4	13,1	15,4	56,8
Digitaaliset kuluttajapalvelut					
Ulkoinen liikevaihto	14,3	13,6	12,6	13,3	53,8
Segmenttien välinen liikevaihto	0,6	0,6	0,3	0,5	2,1
Digitaaliset kuluttajapalvelut yhteensä	14,9	14,2	13,0	13,8	55,9
Muu toiminta					
Ulkoinen liikevaihto	1,7	1,8	1,7	1,9	7,1
Segmenttien välinen liikevaihto	20,0	19,4	19,2	19,7	78,4
Muu toiminta yhteensä	21,7	21,2	20,9	21,6	85,4
Eliminoinnit	-21,3	-20,7	-20,3	-21,2	-83,5
Yhteensä	74,9	76,3	71,7	77,3	300,2
LIIKEVOITTO SEGMENTEITTÄIN 2013*	2013	2013	2013	2013	2013
milj. euroa	1-3	4-6	7-9	10-12	1-12
Sanomalehdet	2,0	3,1	4,3	2,1	11,5
Kauppalehti-ryhmä	1,3	1,7	2,2	2,6	7,8
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,7	10,9	1,9	0,7	16,2
Muu toiminta	-0,5	-6,2	-0,6	-1,2	-8,5
Yhteensä	5,4	9,5	7,8	4,3	27,0

\*Sisältää kertaluonteiset erät.



## SEGMENTTIEN AVAINLUVUT UUDELLA SEGMENTTIRAKENTEELLA 2013

Digitaaliset kuluttajapalvelut (milj. euroa)	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Liikevaihto	14,1	13,4	12,3	12,9	52,6
Kotimaan toiminnot	5,9	5,8	5,2	5,6	22,5
Ulkomaan toiminnot	8,2	7,5	7,1	7,2	30,0
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	2,8	2,9	2,2	1,5	9,4
% liikevaihdosta	19,9	21,6	18,2	11,3	17,8
Liikevoitto	2,8	11,3	2,2	1,4	17,7
% liikevaihdosta	19,9	84,2	18,2	10,9	33,6
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	482	526	504	492	492
Talوسmedia ja yrityspalvelut (milj. euroa)	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Liikevaihto	14,0	14,4	13,1	15,4	56,8
Sisältöliikevaihto	4,2	4,1	4,2	4,4	16,8
Ilmoitusmyynnin liikevaihto	3,9	4,1	3,6	4,7	16,2
Muu liikevaihto	6,0	6,2	5,3	6,3	23,8
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	1,3	1,7	2,2	2,6	7,8
% liikevaihdosta	9,6	12,0	16,9	16,7	13,8
Liikevoitto	1,3	1,7	2,2	2,6	7,8
% liikevaihdosta	9,6	12,0	16,9	16,7	13,8
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	403	406	400	398	402
Valtakunnallinen kuluttajamedia (milj. euroa)	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Liikevaihto	12,0	12,4	12,2	12,4	49,0
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	0,9	0,9	1,8	1,1	4,7
% liikevaihdosta	7,2	7,4	15,1	8,8	9,6
Liikevoitto	0,9	0,9	1,8	1,1	4,7
% liikevaihdosta	7,2	7,4	15,1	8,8	9,6
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	153	160	163	160	160
Alueellinen media (milj. euroa)	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Liikevaihto	36,6	37,2	35,1	38,2	147,1
Sisältöliikevaihto	17,0	16,6	17,1	16,9	67,6
Ilmoitusmyynnin liikevaihto	16,0	17,7	15,1	17,7	66,5
Muu liikevaihto	3,6	2,9	2,9	3,6	13,0
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	2,1	1,3	2,7	3,6	9,8
% liikevaihdosta	5,7	3,5	7,8	9,5	6,6
Liikevoitto	2,0	-2,2	2,7	1,7	4,3
% liikevaihdosta	5,6	-5,9	7,8	4,4	2,9
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	814	804	803	786	786
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	985	974	1011	998	998

## SEGMENTTIEN AVAINLUVUT VANHALLA SEGMENTTIRAKENTEELLA 2013

Sanomalehdet (milj. euroa)	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Liikevaihto	45,6	47,3	45,1	47,7	185,6
Sisältöliikevaihto	25,0	24,2	25,0	24,3	98,5
Ilmoitusmyynnin liikevaihto	19,9	22,3	19,4	22,2	83,9
Muu liikevaihto	0,6	0,8	0,7	1,1	3,2
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	2,0	3,1	4,3	4,0	13,5
% liikevaihdosta	4,4	6,5	9,6	8,5	7,2
Liikevoitto	2,0	3,1	4,3	2,1	11,5
% liikevaihdosta	4,4	6,5	9,6	4,4	6,2
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	758	819	839	752	792
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	99	96	92	80	84
Kauppalehti-ryhmä (milj. euroa)	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Liikevaihto	14,0	14,4	13,1	15,4	56,8
Sisältöliikevaihto	4,2	4,1	4,2	4,4	16,8
Ilmoitusmyynnin liikevaihto	3,9	4,1	3,6	4,7	16,2
Muu liikevaihto	6,0	6,2	5,3	6,3	23,8
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	1,3	1,7	2,2	2,6	7,8
% liikevaihdosta	9,6	12,0	16,9	16,7	13,8
Liikevoitto	1,3	1,7	2,2	2,6	7,8
% liikevaihdosta	9,6	12,0	16,9	16,7	13,8
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	403	406	400	398	402
Digitaaliset kuluttajapalvelut (milj. euroa)	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Liikevaihto	14,9	14,2	13,0	13,8	55,9
Kotimaan toiminnot	6,8	6,7	5,9	6,5	25,9
Ulkomaan toiminnot	8,2	7,5	7,1	7,2	30,0
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	2,7	2,6	1,9	0,8	7,9
% liikevaihdosta	18,1	18,0	14,5	5,4	14,1
Liikevoitto	2,7	10,9	1,9	0,7	16,2
% liikevaihdosta	18,1	76,8	14,5	5,0	29,0
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	328	490	491	495	497
Muu toiminta (milj. euroa)	2013 1-3	2013 4-6	2013 7-9	2013 10-12	2013 1-12
Liikevaihto	21,7	21,2	20,9	21,6	85,4
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	-0,5	-2,7	-0,6	-1,2	-5,0
% liikevaihdosta	-2,4	-12,7	-3,0	-5,5	-5,9
Liikevoitto	-0,5	-6,2	-0,6	-1,2	-8,5
% liikevaihdosta	-2,4	-29,0	-3,0	-5,7	-10,0
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	331	264	255	249	275

## SEGMENTIN VARAT, VELAT JA INVESTOINNIT UUDELLA SEGMENTTIRAKENTEELLA 2013

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	2013	2013	2013	2013	
	31.3.	30.6.	30.9.	31.12.	
Digitaaliset kuluttajapalvelut	83,1	80,0	78,7	90,6	
Talousmedia ja yrityspalvelut	37,8	37,0	37,1	36,7	
Valtakunnallinen kuluttajamedia	5,7	5,1	4,4	5,1	
Alueellinen media	110,0	110,9	110,1	102,4	
Segmentit yhteensä	236,7	232,9	230,3	234,8	
Kohdistamattomat toiminnot	52,4	53,3	51,4	38,0	
<b>Yhteensä</b>	<b>289,0</b>	<b>286,2</b>	<b>281,8</b>	<b>272,8</b>	
<b>VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	
	<b>31.3.</b>	<b>30.6.</b>	<b>30.9.</b>	<b>31.12.</b>	
Digitaaliset kuluttajapalvelut	13,7	13,3	13,1	13,2	
Talousmedia ja yrityspalvelut	13,0	12,3	11,3	9,9	
Valtakunnallinen kuluttajamedia	6,0	5,0	4,2	5,2	
Alueellinen media	113,4	110,4	104,8	100,6	
Segmentit yhteensä	146,2	141,1	133,4	128,8	
Kohdistamattomat toiminnot	63,0	58,3	55,4	53,5	
<b>Yhteensä</b>	<b>209,3</b>	<b>199,4</b>	<b>188,8</b>	<b>182,3</b>	
<b>INVESTOINNIT (milj. euroa)</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>
	<b>1-3</b>	<b>4-6</b>	<b>7-9</b>	<b>10-12</b>	<b>1-12</b>
Digitaaliset kuluttajapalvelut	0,0	0,3	0,3	1,3	2,0
Talousmedia ja yrityspalvelut	0,1	0,2	0,2	0,3	0,8
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,1	0,1	0,0	0,0	0,2
Alueellinen media	45,5	5,6	0,6	0,3	52,0
Segmentit yhteensä	45,6	6,2	1,2	2,0	55,0
Kohdistamattomat toiminnot	1,3	4,2	1,5	0,8	7,9
<b>Yhteensä</b>	<b>46,9</b>	<b>10,4</b>	<b>2,6</b>	<b>2,8</b>	<b>62,8</b>

## SEGMENTIN VARAT, VELAT JA INVESTOINNIT VANHALLA SEGMENTTIRAKENTEELLA 2013

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	2013	2013	2013	2013	
	31.3.	30.6.	30.9.	31.12.	
Sanomalehdet	39,1	39,0	38,6	32,4	
Kauppalehti-ryhmä	37,8	37,0	37,1	36,7	
Digitaaliset kuluttajapalvelut	83,3	80,4	79,1	91,2	
Muu toiminta	96,1	100,6	100,7	98,8	
Kohdistamattomat varat	32,7	29,2	26,2	13,7	
<b>Yhteensä</b>	<b>289,0</b>	<b>286,2</b>	<b>281,8</b>	<b>272,8</b>	
<b>VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	
	<b>31.3.</b>	<b>30.6.</b>	<b>30.9.</b>	<b>31.12.</b>	
Sanomalehdet	39,6	32,7	26,9	24,8	
Kauppalehti-ryhmä	12,8	12,1	11,1	9,7	
Digitaaliset kuluttajapalvelut	15,6	15,3	15,0	14,9	
Muu toiminta	85,7	86,3	84,9	84,5	
Kohdistamattomat velat	55,5	53,0	50,9	48,4	
<b>Yhteensä</b>	<b>209,3</b>	<b>199,4</b>	<b>188,8</b>	<b>182,3</b>	
<b>INVESTOINNIT (milj. euroa)</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>	<b>2013</b>
	<b>1-3</b>	<b>4-6</b>	<b>7-9</b>	<b>10-12</b>	<b>1-12</b>
Sanomalehdet	0,2	1,8	0,2	0,3	2,6
Kauppalehti-ryhmä	0,1	0,2	0,2	0,3	0,8
Digitaaliset kuluttajapalvelut	0,0	0,3	0,3	1,3	2,0
Muu toiminta	46,6	8,1	1,9	0,8	57,4
<b>Yhteensä</b>	<b>46,9</b>	<b>10,4</b>	<b>2,6</b>	<b>2,8</b>	<b>62,8</b>