



AL
ma

ALMA MEDIA OYJ
TILINPÄÄTÖSTIEDOTE
TAMMI–JOULUKUU 2021

16.2.2022

Alma Median tilinpäätöstiedote tammi—joulukuu 2021: Rekrytointiliiketoiminta ja yritysostot kasvattivat selvästi liikevaihtoa ja -voittoa

Alma Median uudistettu segmenttirakenne astui voimaan 1.3.2021. Alma Media uudisti myös liikevaihdon raportointiaan jakaen liikevaihdon markkinapaikka-, media- ja palveluliikevaihtoon. Segmenttiuudistuksessa aiemmin osana Alma Markets -liiketoimintasegmenttiä raportoidut Alma Mediapartnersin palvelut siirrettiin raportoitavaksi Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiin. Uudistuksen yhteydessä Alma Marketsin nimi muuttui Alma Career:ksi.

Alma Media julkisti 9.4.2021 uuden segmenttirakenteen ja uudistetun liikevaihtojaon mukaiset vertailutiedot kaikilta vuosineljänneksiltä ja tammi–joulukuulta 2020. Tämä tilinpäätöstiedote on raportoitu uudella segmenttirakenteella ja uudistetulla liikevaihtojaolla.

Yhtiö julkaisee myös tarkempia segmenttikohtaisia liikevaihto- ja kannattavuustietoja niiden liiketoiminnan luonteen mukaisesti.

Alma Media sai Nettix-yrityskaupan päätökseen 1.4.2021. Nettixin liiketoiminnot raportoidaan osana Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiä toisesta vuosineljänneksestä 2021 alkaen.

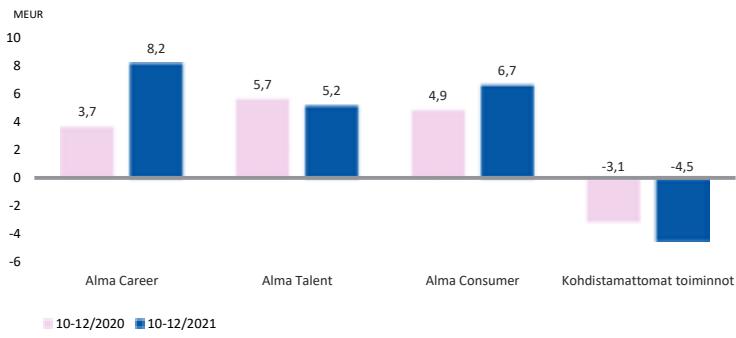
Taloudellinen kehitys loka—joulukuussa 2021:

- Liikevaihto 78,0 (61,9) milj. euroa, kasvua 25,9 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 76,9 % (69,3 %).
- Oikaistu liikevoitto 15,5 (11,1) milj. euroa, kasvua 39,5 %.
- Liikevoitto 15,5 (10,8) milj. euroa, kasvua 44,4 %.
- Osakekohtainen tulos, jatkuvat toiminnot 0,14 (0,08) euroa.
- Alma Career: Rekrytointipalveluiden vahva kysyntä jatkui ja kasvatti liikevaihtoa ja kannattavuutta merkittävästi.
- Alma Talent: Median liikevaihto vertailukauden tasolla. Palveluiden liikevaihto kasvoi orgaanisesti sekä yritysostoin. Liikevoitto laski odotetusti tuotekehitys- ja markkinointipanostusten johdosta.
- Alma Consumer: Digitaalisen median ja markkinapaikkojen kasvu jatkui. Liikevaihtoa ja liikevoittoa nostivat lisäksi yritysostot.
- Edelliseen vuosineljännekseen nähden taseasema vahvistui: omavaraisuusaste 34,7 % ja gearing 109,2 %.

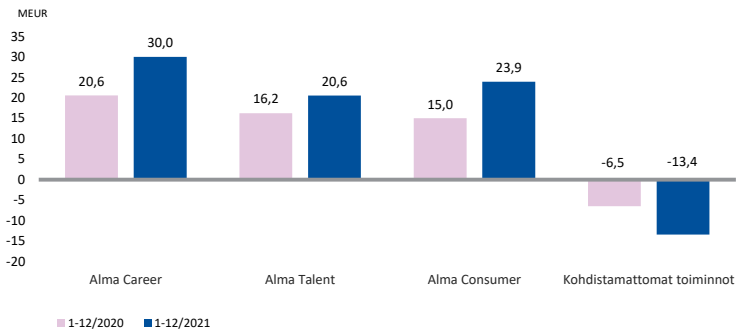
Taloudellinen kehitys tammi—joulukuussa 2021:

- Liikevaihto 275,4 (230,2) milj. euroa, kasvua 19,6 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 77,0 % (68,6 %).
- Oikaistu liikevoitto 61,1 (45,4) milj. euroa, kasvua 34,7 %.
- Liikevoitto 56,8 (43,1) milj. euroa, kasvua 31,7 %.
- Osakekohtainen tulos, jatkuvat toiminnot 0,53 (0,33) euroa.
- Hallituksen osinkoehdotus 0,35 (0,30) euroa/osake.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Avainluvut

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	78,0	61,9	25,9	275,4	230,2	19,6
Markkinapaikat	32,5	21,4	51,7	116,4	86,7	34,2
Media	29,4	26,7	10,2	101,9	94,9	7,5
Sisältö, media	12,6	12,4	2,0	48,2	50,4	-4,3
- josta digitaalista	35,4 %	28,7 %		33,5 %	25,4 %	
Mainonta, media	16,8	14,3	17,2	53,7	44,5	20,8
- josta digitaalista	77,6 %	75,4 %		77,8 %	74,5 %	
Palveluliikevaihto	16,1	13,8	16,3	57,1	48,6	17,3
- josta digitaalista	62,2 %	51,8 %		65,7 %	53,8 %	
Oikaistut kokonaiskulut	62,6	51,4	21,9	215,6	186,0	15,9
Oikaistu käyttökate	20,2	14,6	37,6	77,8	60,8	27,9
Käyttökate	20,2	14,6	38,2	73,5	58,9	24,8
Oikaistu liikevoitto	15,5	11,1	39,5	61,1	45,4	34,7
% liikevaihdosta	19,9	18,0		22,2	19,7	
Liikevoitto/-tappio	15,5	10,8	44,4	56,8	43,1	31,7
% liikevaihdosta	19,9	17,4		20,6	18,7	
Tilikauden tulos	11,8	7,4	59,5	44,3	33,3	33,1
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,14	0,08	85,3	0,53	0,33	58,5
Digiliiketoiminnan liikevaihto	60,0	42,9	39,7	212,1	158,4	33,9
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	76,9	69,3		77,0	68,8	

Voitonjakoehdotus yhtiökokoukselle:

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2021 olivat 144 833 995 (137 958 899) euroa. Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2021 maksetaan osinkoa 0,35 euroa osaketta kohden (2020: 0,30 euroa osakkeelta). Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 31.3.2022 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Hallitus ehdottaa, että osinko maksetaan 7.4.2022. Tilinpäätöshetken, 31.12.2021, ulkona olevien osakkeiden lukumäärän perusteella osingon määrä on yhteensä 28 774 470 (24 678 651) euroa.

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

Toimintaympäristö vuonna 2022

Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien odotetaan kasvavan edelleen selvästi, mutta ripeän kasvun vaiheen odotetaan tasoittuvan vuoden 2022 aikana. Maailmanlaajuinen covid-19-pandemia ja sen virusmuunnokset vaikuttavat talouden yleiskuvaan ja luovat edelleen epävarmuutta vuoden 2022 taloudelliselle kehitykselle. Ennusteiden mukaan talouden yleiskuva näyttää toimintamaissamme kuitenkin melko vakaalta työvoimapolun, inflaation ja tuotantokustannusten kiihtymisestä, keskuspankkien elvyttävän rahapolitiikan asteittaisesta normalisoimisesta ja geopolittisten jännitteiden aiheuttamasta epävarmuudesta huolimatta.

Digitaalisen mainonnan, median ja palveluiden kysynnän odotetaan pysyvän vahvana. Palveluiden ja niiden muodostamien ekosysteemien digitalisoitumisen odotetaan kiihtyvän lähivuosina ja kaupankäynnin jatkavan siirtymistään digitaalisille markkinapaikoille. Sähköisen kaupankäynnin uskotaan kiihtyvän myös auto- ja asuntokaupassa. Datan, analytiikan, koneoppimisen ja automaation merkitys lisääntyy vaatien kasvavia panostuksia teknologiaan.

Näkymät vuodelle 2022

Alma Media arvioi vuoden 2022 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton kasvavan vuoden 2021 tasosta. Vuoden 2021 liikevaihto oli 275,4 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 61,1 milj. euroa.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Suomen mediamainonnan kehitys jatkoi kasvu-uralla neljännellä vuosineljänneksellä. Markkinatilanne päämarkkina-alueilla Kantar TNS:n mukaan loka-joulukuussa mainonnan kokonaismäärä Suomessa kasvoi 7,6 % (-4,0 %) 239,8 miljoonaan euroon.

Verkkomediamainonta kasvoi 13,2 % (9,1 %), josta luokiteltu mainonta kasvoi 26,5 % (-4,0 %). Mainonta aikakausi- ja sanomalehdissä kasvoi 0,7 % (-17,0 %). Avoimien työpaikkojen ilmoittelu kasvoi loka-joulukuussa 33,8 % (-9,6 %).

Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 7,7 % (-18 %) vuoden 2021 neljännellä vuosineljänneksellä.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Euroopan Komissio on julkaissut viimeisimmät ennusteensa BKT:n kehityksestä marraskuussa 2021. Sen mukaan Suomen BKT kasvuvauhti (vuonna 2021 3,4 %) hidastuisi 2,8 prosenttiin vuonna 2022.

Valtiovarainministeriö ennusti joulukuussa Suomen työttömyysasteeksi 7,6 % vuodelle 2021, mutta pienentyvän 6,7 prosenttiin vuodelle 2022.

Tšekissä Euroopan komissio ennusti BKT:n kasvaneen 3,0 % vuonna 2021 ja kasvavan 4,4 % vuonna 2022. Tšekin keskuspankki arvioi työttömyysasteeksi (ILO) 3,1 prosenttia vuodelle 2021 ja laskevan 2,9 prosenttiin vuonna 2022. Slovakian BKT:n kasvuksi Euroopan komissio ennusti 3,8 % vuodelle 2021 ja 5,3 % vuodeksi 2022. Slovakian keskuspankin arvion mukaan työttömyysaste olisi ollut 6,8 prosenttia vuonna 2021 ja että se laskee 6,6 prosenttiin vuonna 2022.

Toimitusjohtajan katsaus: Vahvaa kasvua kautta linjan

Talouden kasvun jatkuessa Alma Median liiketoiminnat kehittyivät erinomaisesti vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä. Oikaistu liikevoitto kasvoi viimeisellä vuosineljänneksellä lähes 40 prosenttia 15,5 miljoonaan euroon, lähes 20 prosenttiin liikevaihdesta.

Vuoden 2021 viimeisellä vuosineljänneksellä rekrytointipalveluiden vahvana jatkunut kysyntä nosti liikevaihdon ja kannattavuuden ennätystasolle Alma Career -segmentissä, jonka liikevaihto kasvoi ennätyksellisesti 57,2 prosenttia 24,1 (15,3) miljoonaan euroon. Vaikka koronataartuntamäärät nousivat omikron-virusvariantin myötä ja viranomaisrajoituksia jouduttiin asettamaan uudelleen, liiketoiminnan palautuminen jatkui vahvana kaikissa toimintamaissamme ja asiakaslaskutus ylsi ennätystasolle. Vilkkaan rekrytointimarkkinan taustalla arvioidaan olevan vielä patoutunutta kysynnän realisoitumista, mutta myös kiihtyvää kilpailua työvoimasta, mikä on nostanut myös palkkatasoja. Rekrytointi-ilmoittelun lisäksi liikevaihdon kehitys oli vahvaa digitaalisessa koulutuspalvelu Seduossa sekä muissa rekrytoinnin lisäarvopalveluissa. Odotamme tulevalla vuosineljänneksellä kasvun jatkuvan vahvana.

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi 4,2 prosenttia 27,5 miljoonaan euroon. Sekä media- että palveluliiketoiminnat kehittyivät strategian ja odotustemme mukaisesti. Saavutimme uuden rajapyykin digitaalisessa liiketoiminnassa, kun Talent-segmentin liikevaihdesta digitaalisen liiketoiminnan osuus nousi yli 50 prosentin, kasvun ollessa 12,8 %.

Hyvän kehityksen taustalla olivat myös yritysostot sekä palveluliiketoiminnan orgaaninen kasvu markkina-paikkaliiketoiminoissa ja digitaalisissa yritystiedon ja juridiikan palveluissa. Koulutusten kysyntä kärsi osin koronarajoituksista edelleen, mutta kysynnän odotetaan elpävän etätyösuosituksen ja kokoontumisrajoitusten poistuessa. Katsauskaudella henkilöstöpanostuksia lisättiin tuotekehitykseen ja myyntiin pitkän aikavälin kilpailukyvyyn varmistamiseksi.

Alma Consumer -segmentin kaikki liiketoiminta-alueet kasvoivat vahvasti. Liikevaihto kasvoi 39,0 prosenttia ja tulos parani merkittävästi sekä orgaanisesti että yritysostojen vaikutuksesta loka—joulukuussa. Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdesta oli 82,5 prosenttia. Asumisen, autoilun ja liikkumisen markkinapaikkojen kysyntä oli vahvaa. Medialiiketoiminnassa erityisesti digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti Iltalehden yltäessä jälleen ennätykselliseen mainosmyyntiin. Panostukset alueelliseen mainosmyyntiin vahvistivat markkina-asemaa pk-asiakassegmentissä. Nettixin integrointi osaksi Alma Mediaa ja Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiä eteni suunnitelman mukaisesti. Liiketoiminta ja tukipalvelut liitettiin osaksi Alma Median prosesseja, ja tuote- ja palvelusynergian vahvistaminen, yhteisten toimintamallien hiominen sekä yhteisen yrityskulttuurin rakentaminen jatkui.

Olemme tehneet kuluvana vuonna merkittäviä yritysjärjestelyjä, mikä on luonnollisesti vaikuttanut rahoitusasemaamme ja nostanut velkaisuusastettamme. Viimeisen vuosineljänneksen aikana rahoitusasema vahvistui suunnitellusti ja vakavaraisuutemme parani selvästi hyvän tuloskehityksen ja vahvan kassavirran myötä. Velkaantumisasasteemme (gearing) oli vuoden 2021 lopulla 109,2 %, kun se vuoden 2021 toisen vuosineljänneksen lopulla oli 160,0 %. Omavaraisuusasteemme (equity ratio) vastaavasti nousi samassa ajassa 29,4 prosentista 34,7 prosenttiin. Alma Media sopi joulukuussa väliaikaisen bridge-rahoitusjärjestelyn vaihtamisesta pitkäaikaiseksi rahoitukseksi.

Vaihtelevasta epidemiatilanteesta huolimatta katsomme luottavaisina jo koronaepidemian jälkeiseen aikaan. Jatkamme työskentelyä monipaikkaisen työn -mallilla. Epidemian monissa käännteissä almalaiset ovat osoittaneet muuntautumiskykyisyytensä, joustavuutensa ja halukkuutensa ponnistella yhteisen tavoitteen eteen. Tästä on hyvä jatkaa jälleen uuteen vuoteen.

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

Alma Media on viime vuosien aikana läpikäynyt merkittävän muutoksen luopuessaan alueellisesta media- ja painoliiketoiminnasta ja investoituaan digitaaliseen markkinapaikkaliiketoimintaan.

Alma Median hallituksen asettamat konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet liittyvät liiketoiminnan kasvuun, kannattavuuteen ja vakavaraisuuteen. Tavoitteet perustuvat näkemykseemme toimintaympäristön muutoksista, kilpailutilanteesta ja transformaatiostategian etenemisestä ja ne ovat IFRS-laskentaperiaatteiden mukaiset.

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ovat:

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

Alma Median strategia perustuu ydinliiketoiminnan digitaaliseen transformatioon, digitaalisen liiketoiminnan kasvuun ja kansainvälistymiseen.

Yhtiö on tunnistanut nykyisen liiketoiminnan kehittämiseksi neljä strategista painopistealuetta: 1) yleisöjen kasvattaminen, sitouttaminen ja kaupallistaminen, 2) markkinointiratkaisujen kehitys, 3) tiivistyvä yhteistyö skaalaetujen saavuttamiseksi ja 4) datan kaupallistaminen.

Orgaanisen kasvun lisäksi Alma Media hakee uusia liiketoimintamahdollisuuksia aktiivisesti yritysjärjestelyjen kautta. Yhtiö kasvattaa ja monipuolistaa tuoteportfoliotaan mediasta markkinapaikkaliiketoimintaan ja digitaalisiin palveluihin.

Yhtiö jatkaa edelleen rekrytointiliiketoiminnan kansainvälistymispolkua painopisteenään itäinen Eurooppa ja Balkanin alue.

Koronaepidemia on kiihdyttänyt käynnissä olevaa digitalisaatiota ja lisännyt siihen liittyvien palvelujen ja ratkaisujen kysyntää. Muutos tuo uusia digitaalisen liiketoiminnan mahdollisuuksia esimerkiksi tilausliiketoiminnassa, asunto- ja kiinteistökaupassa, verkkokoulutuksessa sekä verkko-ostamisessa.

Keskeistä yhtiön strategiassa on jatkaa laajentumista median ja markkinapaikkojen sisällöntuotannosta ja mainonnasta uusiin, asiakkaiden tarpeita täydentäviin ja

koko arvoketjun kattaviin digitaalisiin tuotteisiin ja palveluihin alkaen myynnin järjestelmistä aina transaktioihin. Samalla yhtiö kumppanoituu osaksi laajoja ja saumattomia digitaalisia palveluverkostoja eli ekosysteemejä, esimerkiksi rekrytointin, asumisen ja autoilun vertikaaleissa.

Esimerkki uudeltaisesta kumppanuudesta on analyysitalo Inderesin ja Alman laajentuva yhteistyö, joka kattaa Inderesin analyysien tarjoamisen Kauppalehden digitaalille, sijoittajatilaisuuksien webcast-lähetysten jakelun sekä sijoittajatapahtumat. Tavoitteena on vastata osakesijoittajien kasvaneisiin tietotarpeisiin ja tukea kotimaisien pörssiyritysten tunnettuutta.

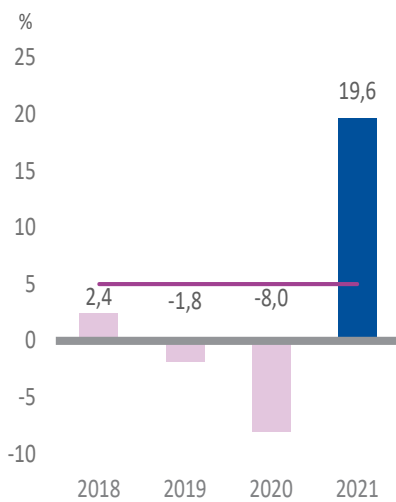
Alma Medialla on mediayhtiönä keskeinen rooli yhä vastuullisemman yhteiskunnan rakentamisessa. Yhtiön medioilla ja palveluilla on oma oleellinen roolinsa ilmastomuutoksen hillinnässä ja yhteiskunnan toimintatapojen muuttamisessa esimerkiksi työelämässä monimuotoisuutta ja sosiaalista osallistamista tukevammaksi.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

Alma Median toimintaympäristössä kilpailutilanteen nähdään edelleen kiristyvän strategiajaksolla 2021–2023. Kansainväliset alustajätit ovat vahvistaneet asemiaan monilla sektoreilla, kuten mainonnassa ja markkinapaikkaliiketoiminnassa. Lisäksi paikallisen kilpailun odotetaan lisääntyvän Alma Median toimintamaissa. Nykyisiä liiketoimintamalleja disruptiivien, eli vakiintuneita toimintamalleja merkittävästi uudistavien ja kapeille erikoisaloille keskittyneiden pienempien niin sanottujen niche-toimijoiden, vaikutus näkyy jo useilla markkinoilla.

Digitaalisen mainonnan, median ja palveluiden kysynnän odotetaan pysyvän vahvana. Palveluiden ja niiden muodostamien ekosysteemien digitalisoitumisen odotetaan kiihtyvän lähivuosina ja kaupankäynnin jatkavan siirtymistään digitaalisille markkinapaikoille. Sähköisen kaupankäynnin uskotaan kiihtyvän myös auto- ja asunto-kaupassa. Datan, analytiikan, koneoppimisen ja automaation merkitys lisääntyy vaatien kasvavia panostuksia teknologiaan.

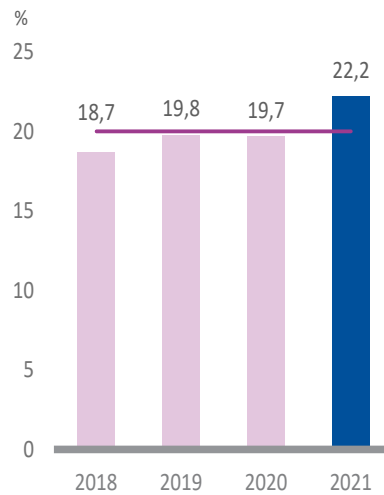
Talouden ja yhteiskunnan osalta odotamme jo koronaepidemian jälkeistä aikaa. Odotamme työmarkkinoiden vetävän vahvasti strategiaikaudella ja näemme kilpailun työvoimasta ja palkkainflaation kiihtyvän ainakin osassa toimintamaitamme.

Liikevaihdon kasvu



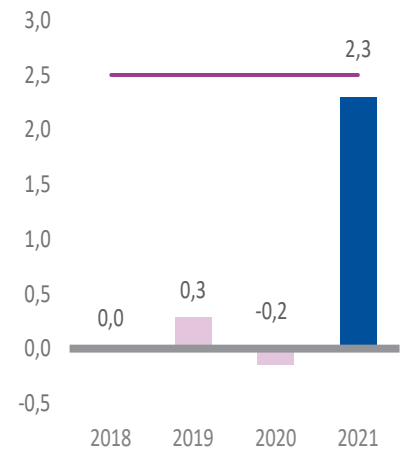
■ Toteuma
— Tavoitetaso

Oikaistu liikevoittomarginaali



■ Toteuma
— Tavoitetaso

Nettovelan ja käyttökateen suhde*



■ Toteuma
— Tavoitetaso

* Oikaistu käyttökate 12kk rullaava.

Alma Media -konsernin tilinpäätöstiedote

1.1.–31.12.2021

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2020 vastaavan jakson lukuihin ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja. Alma Media Oyj käyttää ja julkaisee lisäksi vaihtoehtoisia tunnuslukuja antaakseen paremman kuvan liiketoiminnan operatiivisesta kehityksestä ja parantaakseen vertailukelpoisuutta raportointikausien välillä. Vaihtoehtoiset tunnusluvut raportoidaan IFRS-tunnuslukujen lisäksi.

Konsernin tunnuslukuja

Tuloslaskelma

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10–12	10–12	%	1–12	1–12	%
Liikevaihto	78,0	61,9	25,9	275,4	230,2	19,6
Oikaistut kokonaiskulut	62,6	51,4	21,9	215,6	186,0	15,9
Oikaistu käyttökate	20,2	14,6	37,6	77,8	60,8	27,9
Käyttökate	20,2	14,6	38,2	73,5	58,9	24,8
Oikaistu liikevoitto	15,5	11,1	39,5	61,1	45,4	34,7
% liikevaihdosta	19,9	18,0		22,2	19,7	
Liikevoitto/-tappio	15,5	10,8	44,4	56,8	43,1	31,7
% liikevaihdosta	19,9	17,4		20,6	18,7	
Tilikauden tulos ennen veroja	16,0	9,9	61,0	56,3	42,2	33,4
Tilikauden tulos	11,8	7,4	59,5	44,3	33,3	33,1

Tase

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10–12	10–12	%	1–12	1–12	%
Varat	518,4	333,9	55,2	518,4	333,9	55,2
Nettovelat	181,8	-9,1	-2095,6	181,8	-9,1	-2095,6
Korolliset velat	233,7	38,9	500,4	233,7	38,9	500,4
Korottomat velat	118,2	90,5	30,6	118,2	90,5	30,6
Investoinnit yhteensä	3,0	82,1	-96,3	247,1	91,4	170,2
Omavaraisuusaste, %	34,7	63,1	-45,0	34,7	63,1	-45,0
Gearing, %	109,2	-4,5	-2544,8	109,2	-4,5	-2544,8

Henkilöstö

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 591	1 434	10,9	1 549	1 497	3,4
Telemarkkinoijat keskimäärin	332	352	-5,7	337	335	0,6

Tunnuslukuja

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	32,9	10,0	228,3	23,9	48,7	-51,0
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	13,1	8,9	47,4	14,3	37,4	-61,9
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,14	0,05	161,2	0,53	1,13	-53,3
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,14	0,05	160,1	0,52	1,11	-53,5
Tulos/osake, jatkuvat toiminnot laimentamaton	0,14	0,08	85,3	0,53	0,33	58,5
Tulos/osake, lopetetut toiminnot laimentamaton		-0,02	-100,0		0,80	-100,0
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,29	0,19	56,6	0,92	0,68	34,2
Oma pääoma/osake				1,99	2,23	-10,9
Osinko/osake				0,35	0,30	16,7
Efektiiivinen osinkotuotto, %				3,2	3,4	
Hinta/voittosuhte P/E				20,4	7,9	
Markkina-arvo				891,4	734,9	21,3
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 213	82 262		82 213	82 262	
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 991	83 692		83 991	83 692	
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)	82 383	82 383		82 383	82 383	

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

** Yhtiö on vuoden 2021 aikana hankkinut omia osakkeita 107 029 kpl ja luovuttanut 57 630 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 170 410 kpl.

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Loka–joulukuu 2021

Alma Median liikevaihto kasvoi 25,9 % 78,0 (61,9) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 6,7 milj. euroa. Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 15,1 %.

Liikevaihdon kasvuun vaikutti rekrytointikysynnän säilyminen vahvalla tasolla, yritysostot sekä digimainonnan kasvu.

Vuosi 2021

Alma Median liikevaihto kasvoi 19,6 % 275,4 (230,2) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 16,7 milj. euroa. Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 12,6 %.

Markkinapaikkojen liikevaihdon kasvuun vaikuttivat rekrytointikysynnän voimakas elpyminen, asuntokaudan kasvu sekä Nettix-yritysosto. Median liikevaihtoa kasvattivat edelleen hyvänä jatkunut digitaalisen sisältömyynnin kehitys sekä voimakkaasti elpynyt mainonta. Palveluliikevaihdon kasvuun vaikuttivat hankitut liiketoiminnot ja digitaalisten palveluiden hyvä kehitys katsauskaudella.

Liikevaihto

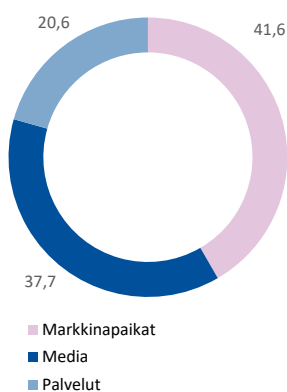
milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Career	24,1	15,3	57,2	82,2	62,7	31,0
Alma Talent	27,5	26,4	4,2	99,7	95,1	4,8
Alma Consumer	26,9	19,3	39,0	94,5	69,9	35,2
Segmentit yhteensä	78,5	61,1	28,5	276,4	227,7	21,4
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,5	0,9	-158,8	-0,9	2,5	-137,6
Yhteensä	78,0	61,9	25,9	275,4	230,2	19,6

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

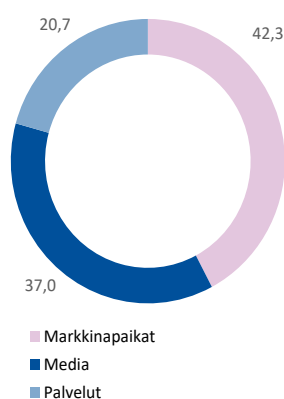
(milj. euroa)	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Suomi	52,7	45,2	16,6	188,1	158,4	18,8
Muut maat	25,3	16,8	50,8	87,3	71,8	21,5
Konserni yhteensä	78,0	61,9	25,9	275,4	230,2	19,6

* Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty konsernin yksiköiden sijaintimaan mukaan.

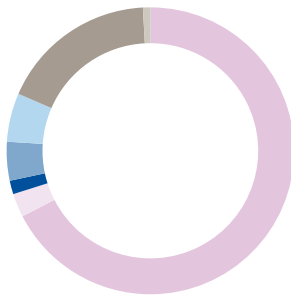
Liikevaihdon jakauma 10-12/2021



Liikevaihdon jakauma 1-12/2021

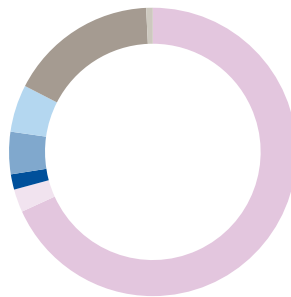


Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 10-12/2021



Suomi, 68 % (16,8%)
Kroatia, 3 % (91,4%)
Ruotsi, 2 % (1,4%)
Slovakia, 4 % (52,5%)
Baltia, 6 % (42,6%)
Tšekki, 18 % (49,5%)
Muut, 1 % (29,1%)

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 1-12/2021



Suomi, 69 % (18,6%)
Kroatia, 3 % (51,9%)
Ruotsi, 2 % (-41,3%)
Slovakia, 5 % (34,3%)
Baltia, 5 % (32,9%)
Tšekki, 17 % (23,6%)
Muut, 1 % (6,6%)

Tulos

Loka-joulukuu 2021

Oikaistu liikevoitto oli 15,5 (11,1) milj. euroa, 19,9 % (18,0 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 15,5 (10,8) milj. euroa, 19,9 % (17,4 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät (-0,4) liittyivät myyntivoittoihin ja -tappioihin.

Kokonaiskulut kasvoivat viimeisellä vuosineljänneksellä 10,1 milj. euroa. Kulujen kasvu liittyi pääasiassa digitaalisen liiketoiminnan kehityspanosten kasvuun ja markkinointi- ja henkilöstökuluihin. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,6 (3,8) milj. euroa. Loka-joulukuun tulos jatkuvien toimintojen osalta oli 11,8 (7,4) milj. euroa. Osakekohtaista tulosta 0,14 (0,08), paransi hyvän tuloskehityksen lisäksi Alma Career- ja Alma Mediapartners-vähemmistösuuksien lunastaminen.

Vuosi 2021

Oikaistu liikevoitto oli 61,1 (45,4) milj. euroa, 22,2 % (19,7 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 56,8 (43,1) milj. euroa, 20,6 % (18,7 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -4,3 (-2,3) milj. euroa, jotka liittyivät myyntivoittoihin ja -tappioihin sekä yrityshankintojen transaktiokuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät Alma Talent Ruotsin medialiiketoiminnan myyntitappioon, arvonalentumistappioihin, uudelleenjärjestelykuluihin sekä liiketoimintojen vaiheittaisten hankintojen aiheuttamiin tulosvaikutteisiin eriin.

Kokonaiskulut kasvoivat yritysostojen sekä henkilöstö- ja markkinointikulupanosten myötä 29,6 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät vuoden poistot ja arvonalentumiset olivat 16,7 (15,8) milj. euroa. Vuoden 2021 tulos jatkuvien toimintojen osalta oli 44,3 (33,3) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Career	8,2	3,7	121,1	30,0	20,6	45,9
Alma Talent	5,2	5,7	-8,1	20,6	16,2	26,5
Alma Consumer	6,7	4,9	36,5	23,9	15,0	59,4
Segmentit yhteensä	20,0	14,2	40,7	74,5	51,9	43,7
Kohdistamattomat toiminnot	-4,5	-3,1	44,9	-13,4	-6,5	107,1
Yhteensä	15,5	11,1	39,5	61,1	45,4	34,7

Liikevoittoa oikaisevat erät

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

Oikaistut erät

milj. euroa	2021	2020	2021	2020
	10—12	10—12	1—12	1—12
Alma Career				
Uudelleenjärjestelykulut		0,0		-0,1
Myyntivoitot ja -tappio		0,1		0,9
Alma Talent				
Arvonalentumistappiot		-0,3		-0,3
Uudelleenjärjestelykulut		-0,3		-0,7
Myyntivoitot ja -tappio		0,6	-0,0	-2,2
Alma Consumer				
Liiketoimintojen hankinnoista syntyneet tulosvaikutteiset erät		-0,4	-0,4	0,1
Kohdistamattomat				
Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen transaktiokulut		0,0	-4,1	0,0
Myyntivoitot ja -tappio		0,0	0,2	0,0
Liikevoiton oikaistut erät		-0,4	-4,3	-2,3
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja		-0,4	-4,3	-2,3

Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Career	8,2	3,8	118,0	30,0	21,4	40,2
Alma Talent	5,2	5,7	-8,2	20,5	13,1	57,2
Alma Consumer	6,7	4,4	49,8	23,5	15,1	55,8
Segmentit yhteensä	20,0	13,9	44,5	74,1	49,6	49,4
Kohdistamattomat toiminnot	-4,5	-3,1	44,9	-17,3	-6,5	166,8
Yhteensä	15,5	10,8	44,4	56,8	43,1	31,7

Tase ja rahoituslaskelma

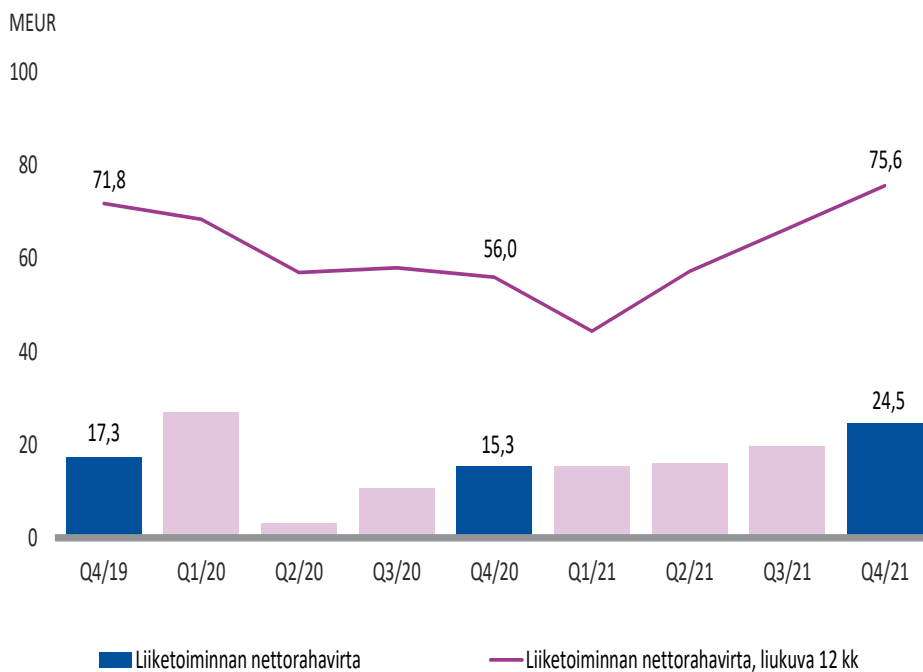
Taseen loppusumma oli joulukuun 2021 lopussa 518,4 (333,9) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli joulukuun lopussa 34,7 % (63,1 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,99 (2,23) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta loka–joulukuussa oli 24,5 (15,3) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani vertailukaudesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen ja laskeneen käyttöpääomatason ansiosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli loka–joulukuussa 23,6 (-55,3) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta vuonna 2021 oli 75,6 (56,0) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani vertailukaudesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen sekä alhaisemman käyttöpääomatason myötä. Rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–joulukuussa -162,3 (27,6) milj. euroa. Merkittävimmät investoinnit vuonna 2021 olivat Alma Career Oy:n ja Etua Oy:n vähemmistöosakkeiden lunastukset sekä Nettix Oy:n, Netello Systems Oy:n ja Quantiq s.r.o:n osakkeiden hankinnat.

Alma Media sopi joulukuussa 2021 korkosuojauksesta, joka on nimellisarvoltaan 50 miljoonaa euroa. Tehty korkosuojaussopimus on kahden vuoden päästä alkava neljän vuoden kiinteä koronvaihtosopimus.

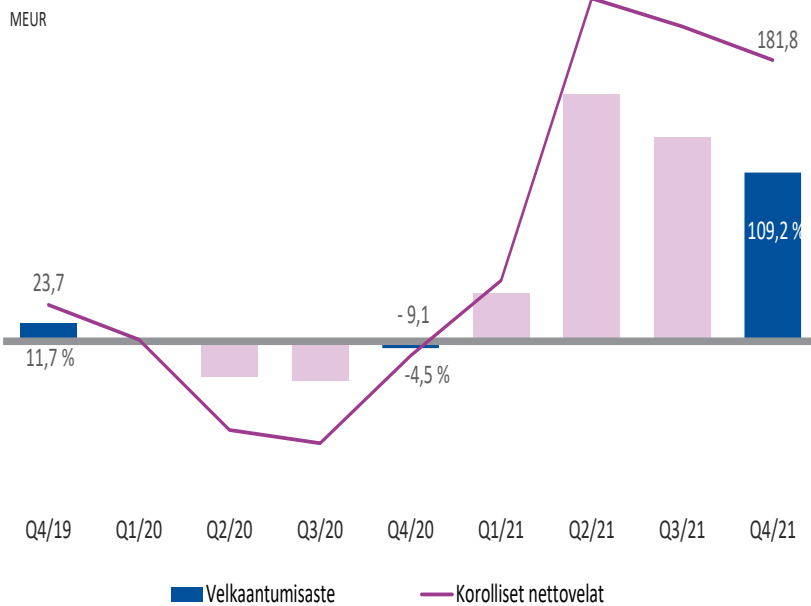
Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR



Korolliset nettovelat

(milj. euroa)	2021	2020	2021	2020
	10—12	10—12	1—12	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	226,8	31,9	226,8	31,9
IFRS16-leasingvelat	26,8	31,9	26,8	31,9
Rahoituslaitoslainat	200,0	0,0	200,0	0,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	7,0	7,0	7,0	7,0
IFRS16-leasingvelat	7,0	7,0	7,0	7,0
Rahavarat	51,9	48,0	51,9	48,0
Korolliset nettovelat	181,8	-9,1	181,8	-9,1

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



Alma Media sopi joulukuussa 2021 uuden 200 milj. euron Term Loan -rahoitusjärjestelyn. Sillä korvattiin käytössä ollut väliaikainen ja yrityshankintoja varten otettu Bridge Facility -rahoitussopimus. Uudella sopimuksella on 36 kuukauden maturiteetti. Lisäksi uuteen rahoituspakettiin kuuluu 30 milj. euron luottolimiittisopimus ("RCF"). Uutta luottolimiittiä voidaan käyttää konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin. Luottolimiitin kesto on neljä vuotta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 31.12.2021.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 31.12.2021 käyttämättä.

Alma Medialla oli joulukuun 2021 lopussa korollisia velkoja yhteensä 233,7 (38,9) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 181,8 (-9,1) milj. euroa.

Alma Medialla oli yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 0,2 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 16,8 milj. euroa.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2021

Tammikuussa 2021 Alma Media -konserniin kuuluvan Alma Career Oy:n tytäryhtiö ja Tšekkiin johtava rekryointipalveluyritys LMC s.r.o osti tsekkiläisen start-up-yrityksen Quantiq s.r.o:n.

Maaliskuussa 2021 Alma Media Oyj osti Alma Career Oy:n 16,66 prosentin vähemmistöosuuden Monster Worldwide Scandinavia AB:ltä. Alma Career Oy siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen.

Maaliskuussa 2021 Alma Media solmi Otava-konsernin kanssa sopimuksen Nettix Oy:n osakekannan ostamisesta. Nettix Oy:n liiketoiminta käsittää Suomen johtavat moottorialan markkinapaikat, kuten Nettiauton, Nettikoneen ja Nettimoton. Kauppa saatettiin päätökseen huhtikuussa 2021.

Maaliskuussa 2021 Alma Media hankki 60 prosenttia digitaalisia markkinointiratkaisuja erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille tarjoavan Netello Systems Oy:n osakekannasta.

Huhtikuussa 2021 lainojen ja vakuutusten kilpailutuspalvelua tarjoavan Etua Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Alma Media Oyj:n omistus Etua Oy:ssä oli aiemmin 60 prosenttia.

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

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2021 viimeisellä kvartaalilla yhteensä 3,0 (82,1) milj. euroa. Investoinnit koostuivat normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista sekä IFRS 16 mukaisista vuokrasopimusvelkojen lisäyksistä.

Investoinnit segmenteittäin

(milj. euroa)	2021	2020	2021	2020
	10—12	10—12	1—12	1—12
Alma Career	0,6	4,3	3,2	8,5
Alma Talent	0,1	24,4	1,0	25,4
Alma Consumer	0,9	0,3	180,9	3,5
Segmentit yhteensä	1,5	29,0	185,2	37,4
Kohdistamattomat	1,6	53,1	61,9	54,1
Yhteensä	3,0	82,1	247,1	91,4

Investoinnit ja yritysostot

(milj. euroa)	2021	2020	2021	2020
	10—12	10—12	1—12	1—12
Käyttöomaisuus	3,0	0,4	6,1	3,6
Yritysostot	0,0	81,7	241,0	87,8
Yhteensä	3,0	82,1	247,1	91,4

Poistot

	2021	2020	2021	2020
(milj. euroa)	10—12	10—12	1—12	1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,8	2,8	10,2	10,6
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,8	1,0	6,5	5,1
Yhteensä	4,6	3,8	16,7	15,8

Konsernilla oli tutkimus- ja kehittämismenoja vuonna 2021 yhteensä 4,6 milj. euroa (4,6 milj. euroa). Tuloslaskelmaan tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin yhteensä 3,6 milj. euroa (3,2 milj. euroa) ja taseeseen aktivoitiin vuonna 2021 kehittämismenoja 1,0 milj. euroa (1,4 milj. euroa). Yhteensä taseessa 31.12.2021 on aktivoituja kehittämismenoja 2,2 milj. euroa (2,0 milj. euroa).

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat segmentit ovat rekrytointiliiketoimintaan ja rekrytointiin liittyviin palveluihin itäisessä Keski-Euroopassa ja Suomessa keskittyvä Alma Career, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja kuluttajamedia- ja markkinapaikkaliiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella. Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Career

Alma Career -segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Jobs.cz, Prace.cz, Cvonline.ee, Cvonline.lv, Cvonline.lt, Profesia.sk, MojPosao.net, MojPosao.ba, Monster.fi, Seduo-verkkokoulutuspalvelu sekä mobiilipalvelu Prace za rohem. Alma Careerin tavoitteena on työpaikkailmoittelun vahvistamisen lisäksi liiketoiminnan laajentaminen uusiin työnhakua ja työnantajien tarpeita tukeviin palveluihin, kuten työpaikkailmoitteluun liittyvään teknologiaan, digitaalisiin henkilöstöpalveluihin ja koulutukseen. Alma Career toimii kymmenessä maassa Euroopassa.

Avainluvut

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	24,1	15,3	57,2	82,2	62,7	31,0
Markkinapaikat	21,6	14,0	53,5	74,1	58,1	27,4
Palvelut	2,5	1,3	98,1	8,1	4,6	76,4
Oikaistut kokonaiskulut	16,0	11,8	35,6	52,4	42,7	22,7
Oikaistu käyttökate	8,9	4,4	101,0	32,8	23,9	37,3
Käyttökate	8,9	4,5	98,7	32,8	24,7	32,7
Oikaistu liikevoitto	8,2	3,7	121,1	30,0	20,6	45,9
% liikevaihdosta	34,0 %	24,2 %		36,6 %	32,8 %	
Liikevoitto/-tappio	8,2	3,8	118,0	30,0	21,4	40,2
% liikevaihdosta	34,0 %	24,5 %		36,6 %	34,2 %	
Henkilöstö keskimäärin	628	553	13,6	594	578	2,8
Digiliiketoiminnan liikevaihto	23,9	15,3	31,8	81,9	62,1	31,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	99,4 %	99,7 %		99,7 %	99,1 %	

Liikevaihto

(milj.euroa)	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Tšekki	13,9	9,3	49,5	46,2	37,3	23,6
Slovakia	3,4	2,2	52,5	13,1	9,8	34,3
Baltian maat	2,8	1,7	71,0	9,3	6,2	51,0
Kroatia	2,1	1,1	91,4	7,1	4,7	51,9
Suomi	1,5	1,1	33,9	5,0	3,9	29,3
Muut maat	0,6	0,5	29,1	2,1	1,9	6,6

Operatiiviset avainluvut

Vuosi	Kävijämäärä, milj.	Työpaikkavahtien käyttäjien lukumäärä, milj.	Kävijämäärä / työpaikkavahtien lukumäärä
2018	63,63	15,55	24,4 %
2019	66,45	17,75	26,7 %
2020	66,01	18,85	28,6 %
2021	66,27	19,62	29,6 %

* luvut eivät sisällä Baltian, eikä Puolan lukuja

Vuosi	Mainostajien lukumäärä, milj.	Maksullisten ilmoitusten kpl-määrä, milj.	Laskutus, milj. euroa	Laskutus / mainostaja	Laskutus / maksulliset ilmoitukset
2018	0,16	1,24	70,52	438,29	56,82
2019	0,16	1,19	70,44	434,10	59,06
2020	0,13	0,85	53,43	413,16	62,92
2021	0,17	1,24	82,03	479,05	66,00

Loka—joulukuu 2021

Vuoden 2021 viimeisellä vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 57,2 % ja oli 24,1 (15,3) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,1 milj. euroa. Rekrytointipalveluiden vahva kysyntä jatkui ja nosti liikevaihdon ja kannattavuuden ennätystasolle. Myös digitaalisen koulutuspalvelu Seduon ja rekrytinnin muiden lisäarvopalveluiden liikevaihdon hyvä kehitys jatkui katsauskaudella.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 35,6 % 16,0 milj. euroon kasvaneiden henkilöstö- ja markkinointikulujen johdosta. Keskeisissä toimintamaissa kuluja kasvattaa kiihtyvä palkkainflaatio.

Oikaistu liikevoitto oli viimeisellä vuosineljänneksellä 8,2 (3,7) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 34,0 % (24,2 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 8,2 (3,8) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät osakkuusyhtiön myynnistä muodostuneeseen myyntivoittoon.

Vuosi 2021

Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi vuonna 2021 31,0 % ja oli 82,2 (62,7) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,2 milj. euroa. Ensimmäisellä vuosineljänneksellä liikevaihto ja liikevoitto laskivat, toisella vuosineljänneksellä tapahtunut käänös siivitti loppuvuoden voimakkaaseen kasvuun rekrytointipalveluiden kysynnän voimistuessa.

Vuoden 2021 aikana kokonaiskulut kasvoivat 22,7 % 52,4 milj. euroon kasvaneiden henkilöstö- ja markkinointikulujen johdosta.

Oikaistu liikevoitto oli 30,0 (20,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 36,6 % (32,8 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 30,0 (21,4) milj. euroa. Vuonna 2021 ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin, osakkuusyhtiön myynnistä muodostuneeseen myyntivoittoon sekä liiketoiminnan vaiheittaisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä.

Alma Talent

Alma Talentin liiketoiminnan ydintä ovat digitaaliset, tilatavat sisältömediat ja digitaaliset data-, sisältö- ja markkinapaikkapalvelut. Alma Talentin johtava talousmedia on Kauppalehti, muita talous- ja ammattimediaa ovat mm. Talouselämä, Tekniikka&Talous ja Arvopaperi.

Alma Talent Palvelut tarjoaa ammattilaisille kattavasti palveluja liittyen yritystietoon, kiinteistötietoon, juridiikkaan, taloushallintoon, osaamisen kehittämiseen, johtamiseen ja markkinointiin.

Avainluvut

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	27,5	26,4	4,2	99,7	95,1	4,8
Markkinapaikat	1,6	1,5	6,3	6,2	5,5	12,6
Media	15,0	15,0	-1,4	53,2	54,4	-2,3
Sisältö, media	8,8	8,6	1,6	33,5	35,2	-4,6
- josta digitaalista	47,6 %	41,0 %		46,7 %	36,3 %	
Mainonta, media	6,2	6,3	-1,4	19,6	19,3	1,9
- josta digitaalista	56,2 %	51,1 %		57,4 %	50,4 %	
Palvelut	11,0	10,0	9,8	40,3	35,2	14,6
- josta digitaalista	48,0 %	46,3 %		54,7 %	47,2 %	
Oikaistut kokonaiskulut	22,3	20,8	7,5	79,6	78,9	0,8
Oikaistu käyttökate	6,1	6,6	-6,6	24,3	20,4	18,8
Käyttökate	6,1	6,9	-11,0	24,2	17,6	38,0
Oikaistu liikevoitto	5,2	5,7	-8,1	20,6	16,2	26,5
% liikevaihdosta	18,9 %	21,5 %		20,6 %	17,1 %	
Liikevoitto/-tappio	5,2	5,7	-8,2	20,5	13,1	57,2
% liikevaihdosta	18,9 %	21,5 %		20,6 %	13,7 %	
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	444	427	4,1	444	456	-2,6
Telemarkkinoijat keskimäärin	332	352	-5,7	337	335	0,6
Digiliiketoiminnan liikevaihto	14,5	12,9	12,8	55,2	44,6	23,8
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	52,7 %	48,7 %		55,4 %	46,9 %	

Liikevaihto

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Talent Media	15,1	15,1	0,3	53,5	50,9	5,0
- josta digitaalista	51,1 %	45,1 %		50,6 %	42,4 %	
Alma Talent Palvelut	9,4	8,1	15,5	33,8	28,4	18,9
- josta digitaalista	72,3 %	74,6 %		83,2 %	77,1 %	
Suoramarkkinointi	3,7	3,8	-2,7	15,1	14,7	2,8
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *)	-0,7	-0,6	12,8	-2,7	1,0	-360,6

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

Liikevoitto

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Talent Media	3,0	3,4	-9,2	11,1	8,3	33,6
Alma Talent Palvelut	1,5	1,9	-22,4	7,3	6,6	10,9
Suoramarkkinointi	0,6	0,5	8,7	2,1	1,6	32,0
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,1	-0,1	-161,1	0,1	-0,2	-131,2

Loka—joulukuu 2021

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi loka—joulukuussa 4,2 % 27,5 (26,4) milj. euroon. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 1,0 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 52,7 % (48,7 %). Orgaaninen digikasvu oli 5,0 %.

Talent Median sisältöliikevaihto kasvoi 1,9 % digitaalisten sisältötuottojen kasvun 18,0 % ansiosta ja ylittäen painetun median liikevaihdon laskun 9,4 %. Mainonta pysyi vertailukauden tasolla.

Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 15,5 % yritysostojen ansiosta ja oikaistu liikevoitto heikkeni suunniteltujen henkilöstölisäysten ja tuotekehitys- ja markkinointipanostuksien seurauksena. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 72,3 % (74,6%). Jatkuvan laskutuksen tuoma liikevaihto kasvoi 26,9% ja orgaanisesti 6,3 %. Jatkuvan laskutuksen osuus liikevaihdosta oli 64,1 %.

Suoramarkkinoinnin liikevaihto laski 2,7 % vertailukaudesta kannattavuuskehityksen säilyessä hyvänä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 22,3 (20,8) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,2 (5,7) milj. euroa ja liikevoitto 5,2 (5,7) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin, myyntitappioon, arvonalentumiseen ja vaihteellisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä.

Vuosi 2021

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi vuonna 2021 4,8 % 99,7 (95,1) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 55,4 % (46,9 %). Orgaaninen digikasvu oli 18,0 %.

Talent Median sisältöliikevaihto kasvoi 2,9 % digitaalisten sisältötuottojen kasvun 24,8 % ansiosta ja ylittäen painetun median liikevaihdon laskun 10,8 %. Mainonta kasvoi 8,5 % erityisesti vahvan digimainonnan ansiosta, joka kasvoi 26,0 %. Median digiaste nousi yli 50 % ja liikevoittomarginaali yli 20 % rajapyykin.

Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 18,9 % ja oikaistu liikevoitto parani 20,9 %. Hyvän kehityksen taustalla olivat yritysostot sekä orgaaninen kasvu kaikissa liiketoiminnoissa kirjamyynntiä lukuunottamatta. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 83,2 % (77,1%). Jatkuvan laskutuksen tuoma liikevaihto kasvoi 29,1% ja orgaanisesti 9,0 %. Jatkuvan laskutuksen osuus liikevaihdosta oli 70,6 %.

Suoramarkkinoinnin liikevaihto kasvoi 2,8 % vertailukaudesta ja kannattavuuskehitys oli hyvä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 79,6 (78,9) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 20,6 (16,2) milj. euroa ja liikevoitto 20,5 (13,1) milj. euroa. Vuoden 2021 oikaistu erä liittyi myyntitappioon. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin, arvonalentumiseen, myyntitappioon ja vaihteellisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä.

Alma Consumer

Alma Consumer -segmentti muodostuu 37 kuluttaja- ja b-tob-brändin laajasta kattauksesta. Alma Consumer -segmentin liiketoimintaan kuuluvat monikanavainen uutis- ja lifestyle-media Iltalehti, Suomen johtava asuntokaupan markkinapaikka Etuovi.com ja asuntovuokrauksen markkinapaikka Vuokraovi.com, moottorialan markkinapaikat Nettiauto, Autotalli.com ja Nettimoto sekä toimialan yrityksiä palvelevat asuntokaupan ja auto-kaupan myynnin järjestelmät.

Lisäksi segmenttiin kuuluvat vertailupalvelut, kuten Autojerry, Urakkamaailma ja Etua. Myös digitaalisiin mainosratkaisuihin erikoistunut Netello raportoidaan osana Alma Consumer -segmenttiä.

Alma Consumerin kilpailukyky perustuu median ja palveluiden erinomaiseen tavoitavuuteen digitaalisena verkostona, ainutlaatuisen käyttäjädatavarantoon ja kehittyviin toimialavertikaaleihin mediassa, asumisessa, autoilussa ja vertailupalveluissa. Alma Consumer toimii Suomessa.

Avainluvut

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	26,9	19,3	39,0	94,5	69,9	35,2
Markkinapaikat	10,2	5,8	75,7	37,3	22,7	64,2
Media	13,9	11,8	17,2	47,9	40,7	17,9
Sisältö, media	3,8	3,7	2,8	14,7	15,2	-3,7
Mainonta, media	10,0	8,1	23,9	33,3	25,4	30,8
- josta digitaalista	89,1%	93,6%	-4,8	88,6%	92,2%	-3,9
Palvelut	2,8	1,7	66,2	9,3	6,5	42,2
Oikaistut kokonaiskulut	20,2	14,5	39,9	71,0	54,9	29,3
Oikaistu käyttökate	8,0	5,3	49,4	28,6	17,0	67,7
Käyttökate	8,0	4,9	62,6	28,1	17,1	64,5
Oikaistu liikevoitto	6,7	4,9	36,5	23,9	15,0	59,4
% liikevaihdosta	24,8%	25,2%		25,3%	21,5%	
Liikevoitto/-tappio	6,7	4,4	49,8	23,5	15,1	55,8
% liikevaihdosta	24,8%	23,0%		24,9%	21,6%	
Henkilöstö keskimäärin	344	287	20,0	339	297	13,9
Digiliiketoiminnan liikevaihto	22,2	15,0	47,4	76,6	52,6	45,5
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	82,5%	77,8%		81,0%	75,3%	

Liikevaihto

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Asuminen	4,3	3,7	15,2	16,3	14,3	14,4
Autoilu ja liikkuminen	6,5	1,6	310,9	21,4	6,4	236,7
Vertailu ja jakamistalous	1,8	1,6	10,9	7,4	6,4	15,4
Media ja medialiset palvelut	14,3	12,1	18,1	48,8	41,7	17,1
- josta digitaalista	71,9%	64,6%		67,2%	58,4%	
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *	0,0	0,3	-93,7	0,6	1,2	-51,7

* Talosoftan myyty liiketoiminta esitetään myytnä toimintona.

Loka—joulukuu 2021

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 39,0 % vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä ja oli 26,9 (19,3) milj. euroa. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 6,0 milj. euroa. Liikevaihdon orgaaninen kasvu 8,6 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,5 % (77,8 %).

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto kasvoi viimeisellä vuosineljänneksellä 15,2 %. Kasvuun vaikutti kaikkien osa-alueiden hyvä kehitys. Asumisen järjestelmät ja luokiteltu ilmoittelu ja mediamainonta Etuovi.com- ja Vuokraovi.com-palveluissa kasvoivat.

Autoilun ja liikkumisen sekä vertailupalveluiden liiketoiminta-alueiden liikevaihdon kasvuun vaikutti pääosin Nettix Oy:n hankinta.

Medialiiketoiminnan liikevaihto kasvoi 18,1 %. Erityisesti digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti 17,9 % ja oli yhteensä 8,9 milj. euroa. Toimialoista telepalvelut, vähittäiskauppa ja liikkuminen siivittivät mainonnan kasvua.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 39,9 % ja olivat 20,2 (14,5) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 6,7 (4,9) milj. euroa, 24,8 % (25,2 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 6,7 (4,4) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä aiheutuneesta myyntitappiosta.

Vuosi 2021

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 35,2 % oli 94,5 (69,9) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 16,5 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 81,0 % (75,3 %).

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto kasvoi orgaanisesti 14,4 %. Kasvuun vaikutti kaikkien osa-alueiden hyvä kehitys. Asumisen järjestelmät, luokiteltu ilmoittelu ja mediamainonta Etuovi.com- ja Vuokraovi.com-palveluissa kasvoivat. Autoilun ja liikkumisen sekä vertailupalveluiden liiketoiminta-alueiden liikevaihdon kasvuun vaikutti pääosin Nettix Oy:n hankinta.

Medialiiketoiminnan liikevaihto kasvoi 17,1 %. Erityisesti digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti 25,7 % ja oli yhteensä 29,5 milj. euroa. Toimialoista muun muassa telepalvelut ja vähittäiskauppa siivittivät mainonnan kasvua.

Iltalehti lanseerasi kesäkuussa 2021 maksullisen sisällön Iltalehti Plus -palvelun, jonka alkutaival on ollut lupaavan kasvujohteista.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 29,3 % ja olivat 71,0 (54,9) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 23,9 (15,0) milj. euroa, 25,3 % (21,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 23,5 (15,1) milj. euroa. Vuoden 2021 oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoimintojen vaiheittaisten hankintojen aiheuttamista tulosvaikutteisista eristä ja liiketoiminnan myynnistä aiheutuneesta myyntitappiosta.

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

Varat segmenteittäin

(milj. euroa)	31.12.2021	31.12.2020
Alma Career	86,9	80,0
Alma Talent	113,5	116,6
Alma Consumer	224,1	42,6
Segmentit yhteensä	424,5	239,3
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	93,9	94,6
Yhteensä	518,4	333,9

Velat segmenteittäin

(milj. euroa)	31.12.2021	31.12.2020
Alma Career	39,5	25,3
Alma Talent	38,4	38,8
Alma Consumer	14,2	9,0
Segmentit yhteensä	92,1	73,1
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	259,8	56,3
Yhteensä	351,9	129,4

Osake ja osakemarkkinat

Loka–joulukuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 613 708 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,7 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.12.2021 oli 10,82 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 9,72 euroa ja ylin 12,70 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 891,4 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 170 410 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät LTI 2015 ja LTI 2019

Alma Median pitkän aikavälin osakepohjaiset kannustinjärjestelyt yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille koostuvat vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kunkin yksittäisen ohjelman pääelementit ovat: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet, mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita ja luovutusrajoitus.

Alma Media Oyj:n hallitus on päättänyt uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2021). Hallitus päätti lisäksi uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2021). Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Alma Media julkisti 17.2.2021 EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemisraportin vuodelta 2020. Yhtiön palkitsemispolitiikka eli toimielinten palkitsemisen periaatteita sekä toimituspolitiikan keskeiset ehdot ja se on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen. Eri osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2021 neljännen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

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

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

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

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

Koronapandemia ja sen jatkuminen sekä geopoliittiset riskit Alma Median toimintamaissa voivat merkittävästi vaikuttaa palveluiden kysyntään.

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Joulukuussa Alma Median tytäryhtiö Alma Media Suomi Oy sopi kaupasta, jolla se myy treffipalvelu E-kontaktin City Digital -konsernille. Liiketoiminta siirtyi uudelle omistajalle 1.1.2022. Kaupalla ei ole merkittävää tulosvaikutusta Alma Medialle.

Tilinpäätöstiedotelyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

(milj. euroa)	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
LIIKEVAIHTO	78,0	61,9	25,9	275,4	230,2	19,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	1,4	-87,7	1,4	3,3	-57,1
Materiaalit ja palvelut	10,0	8,6	15,2	35,5	32,7	8,7
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	30,7	24,6	24,7	109,2	93,3	17,0
Poistot ja arvonalentumiset	4,6	3,8	20,6	16,7	15,8	5,7
Liiketoiminnan muut kulut	17,3	15,4	12,0	58,6	48,7	20,5
LIIKEVOITTO	15,5	10,8	44,4	56,8	43,1	31,7
Rahoitustuotot	0,2	-0,4	-139,5	0,9	0,3	210,0
Rahoituskulut	0,1	0,3	-78,2	2,3	1,3	84,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	-0,2	-265,0	1,0	0,1	755,2
TULOS ENNEN VEROJA	16,0	9,9	61,0	56,3	42,2	33,4
Tuloverot	4,1	2,5	65,5	12,1	9,0	34,5
JATKUVIEN TOIMINTOJEN VOITTO	11,8	7,4	59,5	44,3	33,3	33,1
VOITTO LOPETETUISTA TOIMINNOISTA	0,0	-1,9	-100,0	0,0	65,8	-100,0
TILIKAUDEN VOITTO	11,8	5,6	112,6	44,3	99,1	-55,3
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:						
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi						
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	-0,2	0,2		-0,2	0,2	
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi						
Muuntoerot	0,7	0,3		0,3	0,6	
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	0,5	0,5		0,1	0,7	
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	12,3	6,1		44,3	99,8	
Tilikauden tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	11,8	4,5		43,6	93,3	
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	1,0		0,7	5,7	
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	12,3	5,0		43,7	94,1	
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	1,0		0,7	5,7	
Laajan tuloksen jakautuminen						
- Jatkuvat toiminnot	12,3	7,9		44,3	34,0	
- Lopetetut toiminnot		-1,9			65,8	
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:						
- Tulos/osake laimentamaton	0,14	0,05		0,53	1,13	
- Tulos/osake laimennettu	0,14	0,05		0,52	1,11	
- Tulos/osake, jatkuvat toiminnot	0,14	0,08		0,53	0,33	
- Tulos/osake, lopetetut toiminnot		-0,02			0,80	

Tase

(milj. euroa)	31.12.2021	31.12.2020
VARAT		
PITKÄAIKAISET VARAT		
Liikearvo	294,5	150,7
Aineettomat hyödykkeet	90,6	55,1
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	2,3	2,4
Käyttöoikeusomaisuuserät	32,9	38,2
Osuudet osakkuusyhtiöissä	7,7	6,6
Muut rahoitusvarat	3,6	3,9
Laskennalliset verosaamiset	0,7	0,3
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	432,3	257,2
LYHYTAIKAISET VARAT		
Vaihto-omaisuus	0,7	0,6
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,8	1,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	31,5	27,1
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,2	0,0
Rahavarat	51,9	48,0
LYTYAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	86,1	76,7
VARAT YHTEENSÄ	518,4	333,9
OMA PÄÄOMA JA VELAT		
Osakepääoma	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7
Muuntoerot	0,3	0,0
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	91,2	111,4
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	163,6	183,6
Määräysvallattomien omistajien osuus	2,9	21,0
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	166,5	204,6
VIERAS PÄÄOMA		
PITKÄAIKAISET VELAT		
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	200,0	
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	26,8	31,9
Laskennalliset verovelat	18,9	11,5
Eläkeveloitteet	0,8	0,7
Muut rahoitusvelat	16,3	13,6
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	262,8	57,8
LYHYTAIKAISET VELAT		
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	7,0	7,0
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	0,8	2,8
Saadut ennakot	39,2	9,9
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	5,3	3,4
Ostovelat ja muut velat	36,8	48,5
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	89,1	71,6
VELAT YHTEENSÄ	351,9	129,4
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	518,4	333,9

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma								
	(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2021	45,3	7,7	0,0	19,1	111,4	183,6	21,0	204,6	
Tilikauden tulos					43,6	43,6	0,7	44,3	
Muut laajan tuloksen erät						-0,2		-0,2	
Muuntoerot			0,3			0,3	0,6	0,8	
Käypään arvoon muiden laajan tuloksen kautta arvostettavien oman pääoman ehtoisten instrumenttien käyvän arvon muutokset						0,0		0,0	
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako					-24,7	-24,7		-24,7	
Tytäryritysten osingonjako							0,0	0,0	
Omien osakkeiden hankinta					-1,1	-1,1		-1,1	
Omien osakkeiden luovutukset					-0,6	-0,6		-0,6	
Lunastamattomien osinkojen palautus					0,1	0,1			
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät					4,2	4,2		4,2	
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-41,6	-41,6	-19,3	-60,9	
Oma pääoma 31.12.2021	45,3	7,7	0,3	19,1	91,2	163,6	2,9	166,5	
<hr/>									
Oma pääoma 1.1.2020	45,3	7,7	-0,5	19,1	100,5	172,1	30,4	202,5	
Tilikauden tulos					93,3	93,3	5,7	99,1	
Muut laajan tuloksen erät					0,2	0,2		0,2	
Muuntoerot			0,6			0,6	-0,4	0,2	
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako					-32,9	-32,9		-32,9	
Tytäryritysten osingonjako							-4,6	-4,6	
Omien osakkeiden hankinta					-1,5	-1,5		-1,5	
Omien osakkeiden luovutukset						0,0		0,0	
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät					-0,3	-0,3		-0,3	
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-47,9	-47,9	-10,2	-58,1	
Oma pääoma 31.12.2020	45,3	7,7	0,1	19,1	111,4	183,6	21,0	204,6	

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma, yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

Rahavirtalaskelma

	2021	2020	2021	2020
(milj. euroa)	10—12	10—12	1—12	1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA				
Tilikauden voitto	11,8	5,6	44,3	99,1
Oikaisuerät	8,4	6,4	37,1	-39,6
Käyttöpääoman muutos	6,7	5,6	7,3	5,8
Saadut osingot	0,1	0,1	0,4	0,2
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,7	-0,3	-2,2	-1,5
Maksetut verot	-1,8	-2,1	-11,3	-8,1
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	24,5	15,3	75,6	56,0
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA				
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-1,3	-0,1	-1,5	-0,9
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-1,0	-0,5	-2,3	-2,2
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot		-0,0	0,4	-0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,2	0,3	-0,5	-0,6
Myytävissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,9	0,0	1,0	0,0
Lainasaamisten takaisinmaksut		0,3		0,3
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla		-67,0	-236,7	-72,5
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,6	0,0	2,2	51,1
Osakkuusyritysten hankinta		-4,0	-0,4	-4,0
Osakkuusyritysten myynti		0,4	0,0	0,4
Investointien rahavirta yhteensä	-1,0	-70,6	-237,9	-28,4
Rahavirta ennen rahoitusta	23,6	-55,3	-162,3	27,6
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA				
Omien osakkeiden hankinta	-1,1	0,0	-1,1	-1,5
Lainojen nostot	200,0	0,0	425,0	-0,0
Lainojen takaisinmaksut	-200,0	0,0	-225,0	0,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-2,2	-0,8	-7,5	-7,4
Maksetut osingot		-0,0	-24,9	-37,6
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-3,3	-0,8	166,4	-46,4
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-0,5	-57,7	4,1	-18,9
Rahavarat kauden alussa	52,3	105,6	48,0	67,1
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,1	-0,2	-0,2
Rahavarat kauden lopussa	51,9	48,0	51,9	48,0

Osakkuusyhtiöt

Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksista

milj. euroa	2021	2020	2021	2020
	10—12	10—12	1—12	1—12
Alma Career	0,4	-0,2	1,0	0,1
Alma Talent	-0,0	0,0	-0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	0,3	-0,2	1,0	0,1

Hankitut liiketoiminnot 2021

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2021 aikana:

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankinta-osuus	Konsernin omistus-osuus
Alma Career -segmentti				
Quantiq s.r.o	Verkkopalvelu	1/7/2021	100%	100%
Alma Consumer -segmentti				
Netello Systems Oy	Verkkopalvelu	3/31/2021	60%	60%
Nettix Oy	Verkkopalvelu	4/1/2021	100%	100%

Alma Career -segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

milj.euroa	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot	
		Yhteensä
Aineettomat hyödykkeet		0,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset		0,0
Rahavarat		0,0
Yhteensä		0,8
Laskennalliset verovelat		0,1
Ostovelat ja muut velat		0,2
Yhteensä		0,3
Nettovarot		0,5
Konsernin osuus nettovaroista		0,5
IFRS-hankintameno		1,9
Liikearvo		1,5
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa		0,0

Alma Consumer -segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista.

milj.euroa	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot		
	Nettix Oy	Muut	Yhteensä
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	0,0	0,0	0,1
Aineettomat hyödykkeet	38,7	3,1	41,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	1,9	0,3	2,2
Rahavarat	3,2	0,2	3,4
Yhteensä	43,8	3,6	47,4
Laskennalliset verovelat	7,6	0,6	8,1
Ostovelat ja muut velat	4,7	0,6	5,3
Yhteensä	12,3	1,1	13,4
Nettovarat	31,6	2,4	34,0
Konsernin osuus nettovaroista	31,6	1,5	33,0
IFRS-hankintameno	171,2	2,9	174,1
Liikearvo	139,7	1,4	141,1
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	3,4	0,3	3,7

Alma Media sai keväällä 2021 päätökseen Nettix Oy:n yrityskaupan Otava-konsernilta. Kauppa julkistettiin 5.3.2021 ja se toteutui 1.4.2021. Nettix Oy raportoidaan osana Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiä toisesta vuosineljänneksestä 2021 alkaen. Nettix Oy:n liiketoiminta käsittää Suomen johtavat moottorialan markkinapaikat, kuten Nettiauton, Nettikoneen ja Nettimoton, ja ne tavoittavat viikoittain 2,5 miljoonaa suomalaista. Vuonna 2020 markkinapaikat muodostivat Nettix Oy:n liikevaihdosta 81 prosenttia. Markkinapaikkojen liikevaihdon keskimääräinen kasvu (CAGR) oli vuosina 2016–2020 noin seitsemän prosenttia per vuosi. Nettix Oy:öön kuuluvat lisäksi kone- ja kuljetusalan johtava ammattimedia Konepörssi sekä uutispalvelu Ampparit. Kaupan toteutumisen myötä Alma Medialle siirtyi yhteensä 39 Nettix Oy:n työntekijää (kokopäiväiseksi muutettuna). Nettix Oy:n hankinta on jatkumoa Alma Median digitaaliseen mediaan ja palveluihin keskittyvälle strategialle. Nettix täydentää Alma Median markkinapaikkaliiketoimintaa tarjoten mahdollisuuksia ristiin- ja lisämyyntiin sekä parhaiden käytäntöjen jakamiseen palveluiden välillä. Yritysosstolla Alma Media jatkaa strategista laajentumista uusiin, asiakkaiden tarpeita täydentäviin ja koko arvoketjun kattaviin digitaalisiin tuotteisiin ja palveluihin alkaen myynnin järjestelmistä aina transaktioihin asti. Liikkumisen palveluiden ja autoilun ekosysteemin digitalisoitumisen odotetaan edelleen kiihtyvän lähivuosina ja kaupankäynnin jatkavan siirtymistään digitaalisille markkinapaikoille.

Nettix Oy:n liikevaihto oli vuonna 2020 yhteensä 22,5 miljoonaa euroa, käyttökate 11,2 miljoonaa euroa ja liikevoitto 10,0 miljoonaa euroa. Ostetun liiketoiminnan kauppahinta oli 171,2 milj. euroa. Kauppaan ei sisälly lisäkauppahintaelementtejä. Alma Media rahoitti kaupan täysimääräisesti velalla. Yrityskauppaan liittyviä transaktiokustannuksia on ollut yhteensä 4,6 miljoonaa euroa, josta 0,5 milj. euroa on kirjattu kuluksi vuodelle 2020 ja 4,1 milj. euroa on kirjattu vuoden 2021 ensimmäiselle vuosipuoliskolle liiketoiminnan muihin kuluihin. Kulu käsitellään liikevoittoa oikaisevana eränä vuoden 2021 osalta. Nettix Oy:n liiketoimintakauppa kasvattaa Alma Median liikearvoa 140 milj. eurolla. Liikearvo muodostuu liiketoiminnan tulevaisuuden kasvuodotuksista ja synergioista. Alma Media arvioi, että yrityskaupasta syntyy noin 1,5 miljoonan euron vuotuiset synergiaedut vuoteen 2022 mennessä ja ne liittyvät pääasiassa mediomyyntiin, tukitoimintoihin, tiloihin ja tietojärjestelmiin sekä IT-kehitykseen. Lisäksi kaupan yhteydessä muiden aineettomien hyödykkeiden arvo kasvoi 39 milj. eurolla, joka muodostuu asiakassopimuksista 16,8 mil. euroa ja tuotemerkeistä 21 milj. euroa. Yrityskaupan yhteydessä käypään arvoon arvostettavien omaisuuserien lisäävät poistojen kokonaismäärää vuositasona 3,4 milj. eurolla. Nettix Oy:n vaikutus Alma Media konsernin vuoden 2021 liikevaihtoon oli 16,5 miljoonaa euroa, käyttökatteeseen 8,2 miljoonaa euroa ja PPA poistoilla vähennettyyn liikevoittoon 5,3 miljoonaa euroa. Mikäli Nettix Oy olisi yhdistelty Alma Media konserniin vuoden 2021 alusta lähtien sen vaikutus olisi ollut liikevaihtoon 21,8 miljoonaa euroa, käyttökatteeseen 10,7 miljoonaa euroa ja PPA poistoilla vähennettyyn liikevoittoon 6,8 miljoonaa euroa.

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuosien 2021–2024 tuloksiin.

Ehdolliset kauppahintavelat

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

Ehdolliset kauppahintasaatavat

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

Henkilöstö

	2021	2020	2021	2020
	10—12	10—12	1—12	1—12
Henkilöstö Suomi	933	836	926	864
Henkilöstö muut maat	657	597	623	634
Henkilöstö yhteensä	1591	1434	1549	1497

Vastuut

Vastuusitoumukset

(milj. euroa)	31.12.2021	31.12.2020
Muiden puolesta annetut vakuudet		
Takaukset	0,0	0,0
Muut vastuusitoumukset	0,0	0,1
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:		
Yhden vuoden kuluessa	0,4	0,3
1-5 vuoden kuluessa	0,5	0,4
Yhteensä	0,9	0,7

Johdannaisopimukset

(milj. euroa)	31.12.2021	31.12.2020
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit		
Käypä arvo*		-0,0
Nimellisarvo		0,1
Valuuttajohdannaiset		
Käypä arvo*	-0,3	-0,0
Kohde-etuuden arvo	11,9	6,0
Korkojohdannainen		
Käypä arvo*	0,2	
Kohde-etuuden arvo	50,0	

Lähipiiritapahtumat

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

(milj. euroa)	2021	2020	2021	2020
	10—12	10—12	1—12	1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,2	0,0	0,4	0,2
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,1	0,0
Merkittävät omistajat	0,1	0,0	0,1	0,1
Johdon vaikutusvaltaiset	0,1	-0,0	0,2	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,2	-3,6	0,6	0,6
Osakkuusyhtiöt	-0,0	0,1	0,1	0,3
Merkittävät omistajat	0,1	0,1	0,2	0,1
Johdon vaikutusvaltaiset	0,1	-3,8	0,2	0,1
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltaiset	0,0	0,0	0,0	
Ostovelat raportointikauden lopussa	-0,0	0,0	-0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	-0,1	0,0	-0,1	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0
Hankitut liiketoiminnot				
Merkittävät omistajat			171,2	
Myydyt liiketoiminnot				
Merkittävät omistajat	1,0		1,0	

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

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

Konserni vuosineljänneksittäin

	2021	2021	2021	2021	2020	2020	2020	2020
milj. euroa	10—12	7—9	4—6	1—3	10—12	7—9	4—6	1—3
LIIVEVAIHTO	78,0	67,8	71,6	58,1	61,9	53,8	52,6	61,9
Alma Career	24,1	21,9	20,0	16,2	15,3	15,5	13,5	18,4
Alma Talent	27,5	22,4	25,2	24,5	26,4	20,7	22,4	25,6
Alma Consumer	26,9	23,6	26,6	17,5	19,3	16,9	15,7	17,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,5	-0,1	-0,2	-0,1	0,9	0,7	1,0	-0,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	62,6	50,0	55,0	47,9	51,4	40,9	43,0	50,7
Alma Career	16,0	13,0	12,2	11,2	11,8	10,1	8,9	11,8
Alma Talent	22,3	17,4	20,2	19,7	21,1	16,6	19,6	22,0
Alma Consumer	20,2	17,0	19,3	14,5	14,5	12,3	12,9	15,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	4,0	2,6	3,4	2,6	4,0	1,9	1,5	1,7
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	20,2	22,2	20,8	14,6	14,6	17,0	13,8	15,3
Alma Career	8,9	9,7	8,4	5,8	4,4	6,4	5,6	7,5
Alma Talent	6,1	6,0	6,0	6,2	6,6	5,1	3,9	4,9
Alma Consumer	8,0	7,9	8,8	3,9	5,3	5,2	3,3	3,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,9	-1,4	-2,4	-1,3	-1,7	0,4	1,0	-0,2
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	15,5	17,8	16,6	11,1	11,1	13,2	9,8	11,2
Alma Career	8,2	9,0	7,7	5,1	3,7	5,5	4,8	6,6
Alma Talent	5,2	5,0	5,1	5,2	5,7	4,1	2,8	3,7
Alma Consumer	6,7	6,5	7,3	3,4	4,9	4,6	2,8	2,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-4,5	-2,8	-3,5	-2,7	-3,1	-1,1	-0,5	-1,8
% LIIKEVAIHDESTA	19,9	26,3	23,2	19,1	18,0	24,5	18,7	18,1
Alma Career	34,0	41,2	38,6	31,5	24,2	35,5	35,3	35,9
Alma Talent	18,9	22,5	20,2	21,3	21,5	19,9	12,4	14,4
Alma Consumer	24,8	27,8	27,5	19,6	25,2	27,5	17,9	15,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	0,0	-0,4	-3,6	-0,3	-0,4	-0,0	-2,9	1,0
Alma Career	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	-0,1	0,0	0,9
Alma Talent	0,0	-0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,0	-0,2
Alma Consumer	0,0	-0,4	0,0	0,0	-0,4	0,0	0,0	0,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	-3,6	-0,3	0,0	0,0	0,1	-0,1
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	15,5	17,4	13,0	10,8	10,8	13,2	7,0	12,2
Alma Career	8,2	9,0	7,7	5,1	3,8	5,4	4,8	7,5
Alma Talent	5,2	5,0	5,1	5,2	5,7	4,1	-0,2	3,5
Alma Consumer	6,7	6,1	7,3	3,4	4,4	4,6	2,8	3,2
Kohdistamattomat toiminnot	-4,5	-2,8	-7,1	-2,9	-3,1	-1,1	-0,4	-1,9
Rahoitustuotot	0,2	0,0	0,3	0,0	-0,4	0,0	0,0	0,6
Rahoituskulut	0,1	0,6	0,7	0,5	0,3	0,2	0,7	0,3
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,3	0,7	-0,1	0,0	-0,2	0,2	0,2	-0,0
TULOS ENNEN VEROJA	16,0	17,4	12,6	10,4	9,9	13,4	6,5	12,5
Tuloverot	-4,1	-2,8	-2,9	-2,2	-2,5	-1,9	-2,3	-2,3
TILIKAUDEN TULOS	11,8	14,6	9,7	8,1	7,4	11,5	4,2	10,2

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä tilinpäätöstiedote on laadittu IFRS-standardien mukaisesti (IAS 34). Tilinpäätöstiedotteessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin tilinpäätöksessä 31.12.2021, sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2021 tilinpäätöksessä. Tilinpäätöstiedote ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään tilinpäätöksessä. Näin ollen tilinpäätöstiedotetta tulee lukea yhdessä yhtiön tilinpäätöksen kanssa. Tilinpäätöstiedotteeseen on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin tilinpäätöksessä 31.12.2021.

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

Jatkuviin toimintoihin kuuluvat digitaalisten markkinapaikkojen segmentti Alma Career, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja valtakunnalliseen kuluttajamediailiiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Yhtiö myi huhtikuussa 2020 alueellisen sanomalehtiliiketoiminnan ja painoliiketoiminnan mikä on käsitelty lopetettuna toimintona vuonna 2020. Divestoinnin jälkeen jäljelle jäävät, arvioidut ja kiinteät tukipalveluihin liittyvät kulut, on kohdistettu jatkuville toiminnoille ja vertailutiedot vuodelta 2020 on oikaistu vastaavasti.

Vuoden 2021 alusta lukien yhtiö on luokitellut Tšekin rekrytointiliiketoimintaan kohdistuvat saadut ennakot taseessa saatujen ennakoiden tiliryhmään aiemman ostovelat ja muut velat -tiliryhmän sijaan. Muutoksen vaikutus oli 31.12.2021 yhteensä 20,1 milj. euroa.

Vaihtoehtoiset tunnusluvut

Alma Media Oyj käyttää ja julkaisee lisäksi vaihtoehtoisia tunnuslukuja antaakseen paremman kuvan liiketoiminnan operatiivisesta kehityksestä ja parantaakseen vertailukelpoisuutta raportointikausien välillä. Vaihtoehtoiset tunnusluvut raportoidaan IFRS-tunnuslukujen lisäksi.

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

- Oikaistu liikevoitto (MEUR ja % liikevaihdosta)
- Tulos ennen veroja ja rahoituseriä ilman oikaistuja eriä
- Oikaistu käyttökate
- Liikevoitto ilman poistoja, arvonalentumisia ja oikaistuja eriä

Liikevoittoa oikaiseva erä on kokonaisvaltainen tuotto

tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää 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

- Korollinen nettovelka (MEUR)
- Korolliset velat - rahavarat

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

Medialiiketoiminnasta saatavat sisältötuotot kirjataan suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Tilauslaskutuksesta, erityisesti printtitilauksista, huomattava osa kohdistuu kuitenkin alkuvuoteen, minkä johdosta liiketoiminnan rahavirran kertymä painottuu myös alkuvuoteen. Tämä vaikuttaa yhtiön erilaiseen taseasemaan vuoden eri neljänneksillä. Yhtiön toiminnan digitalisoituessa liiketoiminnan rahavirran kausiluonteisuus vähenee.

Yleislausunto

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

ALMA MEDIA OYJ Hallitus

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500
Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2022

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