



ALMA  
MEDIA

ALMA MEDIA OYJ  
OSAVUOSIKATSAUS Q1 2022

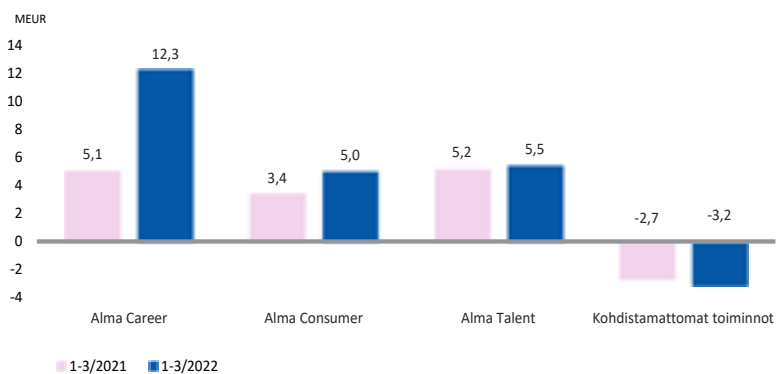
22.4.2022

# Alma Median osavuosisikatsaus tammi—maaliskuu 2022: Vahva orgaaninen kasvu ja yritysostot kasvattivat liikevaihtoa ja -voittoa merkittävästi

## Taloudellinen kehitys tammi—maaliskuussa 2022:

- Liikevaihto 76,2 (58,1) milj. euroa, kasvua 31,3 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta, 79,9 % (74,1 %).
- Oikaistu liikevoitto 19,6 (11,1) milj. euroa, kasvua 77,4 %.
- Liikevoitto 19,8 (10,8) milj. euroa, kasvua 83,2 %.
- Osakekohtainen tulos 0,19 (0,09) euroa.
- Alma Career: Ennätyksellinen vuosineljännes kaikilla liiketoiminta-alueilla ja toimintamaissa Ukrainan kriisistä huolimatta.
- Alma Consumer: Liikevaihtoa ja liikevoittoa kasvattivat yritysostot sekä liikevaihdon vahva 11 %:n orgaaninen kasvu, erityisesti digitaalisessa mediassa.
- Alma Talent: Liikevaihto kasvoi sekä media- että palveluliiketoiminnassa digitaalisten tuotteiden kysynnän siivittämänä.
- Omavaraisuusaste 33,0 % ja gearing 102,4 %.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



## Toimintaympäristö vuonna 2022 ja Ukrainan kriisin vaikutukset

Vuoden alussa talouden kasvunäkymät näyttivät Euroopassa vahvoilta, mutta Ukrainan kriisi muutti näkymiä negatiivisemmiksi helmikuun lopussa. Euroopan talous tulee kärsimään Venäjä-pakotteista ja niihin liittyvistä vastapakotteista. Sodan aiheuttama tarjontashokki on kiihdyttänyt entisestään inflaatiota. Euroopassa myös markkinakorot ovat kohonneet.

Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien odotetaan edelleen kasvavan tänä vuonna, mutta ripeän kasvun vaiheen odotetaan taittuneen. Sodan lisäksi maailmanlaajuinen covid-19-pandemia ja sen virusmuunnokset vaikuttavat yhä talouden yleiskuvaan ja lisäävät edelleen epävarmuutta vuoden 2022 taloudelliselle kehitykselle.

Talouden yleiskuva näyttää toimintamaissamme sodan aiheuttamasta epävarmuudesta, inflaation ja tuotantokustannusten kiihtymisestä, stagflaatiouhasta, työvoimapulasta ja koronapandemiasta huolimatta edelleen kohtuulliselta.

Digitaalisen mainonnan, median ja palveluiden kysynnän odotetaan edelleen kasvavan. Palveluiden ja niiden muodostamien ekosysteemien digitalisoitumisen odotetaan kiihtyvän ja kaupankäynnin jatkavan siirtymistään digitaalisille markkinapaikoille. Sähköisen kaupankäynnin, myös suurempien hyödykkeiden osalta, uskotaan kiihtyvän. Datan, analytiikan, koneoppimisen ja automaation merkitys lisääntyy entisestään, mikä vaatii 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

Kantar TNS:n mukaan tammi-helmikuussa 2022 mainonnan määrä kasvoi 8,5 % vuoden 2021 tammi-helmikuuhun verrattuna. Sanomalehdissä mainosmyynti nousi 2,2 % aikakausilehtien kuitenkin laskiessa 14,3 %. Muissa mediaryhmissä mainonnan määrä lisääntyi. Avoimien työpaikkojen ilmoittelu kasvoi tammi-helmikuussa 17,9 % vuoden takaiseen nähden. Merkkimainonta kasvoi 4,8 %, vähittäiskaupan mainonta 13,0 % ja luokiteltu ilmoittelu 19,8 % vuoden 2021 tammi-helmikuuhun verrattuna.

Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 7 % (-15 %) vuoden 2022 ensimmäisellä vuosineljänneksellä.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Euroopan Komissio on julkaissut viimeisimmät ennusteensa BKT:n kehityksestä helmikuussa 2022 ennen Venäjän hyökkäystä Ukrainaan. Sen mukaan Suomen BKT:n kasvuvauhti (vuonna 2021 3,5 %) hidastuisi tänä vuonna 3,0 %:iin, Tšekissä BKT kasvaisi 4,4 % ja Slovakian BKT:n kasvuksi Euroopan komissio ennusti 5,0 %. Näihin BKT-ennusteisiin kohdistuu kuitenkin merkittävää epävarmuutta ja on todennäköistä, että niitä lasketaan kuluvan vuoden aikana selvästi.

Valtiovarainministeriö ennusti 13.4.2022 Suomen työttömyysasteeksi 7,2 % tälle vuodelle. Tšekin työ- ja sosiaaliministeriö arvioi maan työttömyysasteeksi maaliskuussa 2022 3,4 % ja Slovakian työministeriö arvioi maan työttömyysasteeksi helmikuussa 2022 6,9 %.

## Toimitusjohtajan katsaus: Kovaa kasvua poikkeuksellisessa toimintaympäristössä

Venäjän hyökkäys Ukrainaan puhalsi kylmän viiman Eurooppaan. Toistaiseksi Alma Median kohtaamat sodan talousvaikutukset ovat kuitenkin olleet lieviä ja yhtiön liiketoiminnot kehittyivät vahvasti vuoden ensimmäisellä vuosineljänneksellä. Liikevaihto kasvoi 31,1 %:a 76,2 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto kasvoi ennätyselliset 77,4 %:a 19,6 milj. euroon.

Alma Career -segmentin vuosineljännes oli erinomainen. Rekrytointipalveluiden vahvana jatkunut kysyntä nosti liikevaihtoa 65,0 %:a 26,7 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto kasvoi 140,5 %:a 12,3 milj. euroon, 46,0 %:iin liikevaihdosta. Rekrytointipalveluiden kysyntä vahvistui kaikissa toimintamaissamme ja rekrytointin lisäarvopalveluiden, kuten järjestelmäratkaisujen ja työnantajamielikuvi-mainonnan myynnin, hyvä kehitys jatkui. Vaikka koronatartuntamäärät olivat omikron-virusvariantin myötä edelleen korkeita, viranomaisrajoituksia purettiin vauhdilla kaikissa toimintamaissamme. Vireän rekrytointimarkkinan taustalla arvioidaan olevan työvoiman kysynnän voimakas elpyminen koronakriisistä, sen vanavedessä kasvanut rekrytointimainonnan tarve ja kiihtyvä kilpailu työvoimasta. Koska asiakaslaskutus ylsi edelleen vahvalle tasolle, odotamme kasvun jatkuvan myös toisella vuosineljänneksellä. Ukrainan kriisin mahdollisia negatiivisia vaikutuksia segmentin liiketoimintaan odotamme aikaisintaan vuoden jälkimmäiselle puoliskolle.

Alma Consumer -segmentin kaikki liiketoiminnot kasvoivat vahvasti. Liikevaihto nousi 41,5 %:a 24,8 milj. euroon. Liikevaihdon orgaaninen kasvu oli 11,1 %. Oikaistu liikevoitto parani 47,4 %:a 5,0 milj. euroon, 20,4 %:iin liikevaihdosta. Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta nousi 82,9 %:iin. Median ja mediallysten palveluiden liikevaihto kasvoi 22,1 %. Venäjän hyökkäys Ukrainaan nosti uutismedioiden käyttöä, mikä näkyi positiivisesti myös Iltalehdessä. Maksullisen Iltalehti Plus -palvelun kysyntä kehittyi suotuisasti koko vuosineljänneksen ajan. Näemme nyt myös Nettixin integroinnin ja kotimaisten markkinapaikkojen ja median synergioiden hyödyt yhä selvemmin. Toisella vuosineljänneksellä Ukrainan sodan myötä kasvanut kuluttajien epävarmuus saattaa heijastua erityisesti asumisen ja autoilun markkinapaikkoihin ja -mainontaan.

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi 3 %:ia 25,2 milj. euroon. Segmentin vahva digitaalinen transformaatio jatkui digitaalisen liiketoiminnan osuuden noustessa 56,4 %:iin liikevaihdosta. Oikaistu liikevoitto kasvoi 5,2 %:a 5,5 milj. euroon, 21,7 %:iin liikevaihdosta. Alma Talent Median liikevaihto kasvoi 4,8 %:ia 13,4 milj. euroon ja Alma Talent Palveluiden 3,6 %:a 8,7 milj. euroon.

Talent Median sisältöliikevaihto kasvoi 1,1 %:ia ja digitaalisten sisältötuottojen kasvu ylitti painetun median liikevaihdon laskun. Ukrainan sota hillitsi asunto- ja kiinteistökaupan kasvua sekä uusia pörssilistautumisia. Toisaalta sota lisäsi verkkotrafikkia segmentin medioille. Digitaalinen asuntokauppa kasvatti edelleen suosiotaan ja Talentin positiivisen kehityksen taustalla olivat myös digitaaliset yritystiedon ja juridiikan palvelut. Maaliskuun lopussa järjestetty Suomen johtava HR-alan tapahtuma HRx onnistui erinomaisesti kooten alan ammattilaiset verkostoitumaan, keskustelemaan ja inspiroitumaan edelläkävijöiden johdolla fyysisesti yhteen.

Ensimmäisen vuosineljänneksen aikana rahoitusasemamme vahvistui suunnitellusti erinomaisen tuloskehityksen ja vahvan kassavirran myötä. Velkaantumisas- teemme (gearing) oli vuosineljänneksen lopulla 102,3 %, kun se vuoden 2021 toisen vuosineljänneksen lopulla oli vielä 160,0 % merkittävien rahoitusasemaamme vaikuttaneiden yritys- ja rahoitusjärjestelyiden jälkeen. Omavaraisuus- teemme (equity ratio) nousi vastaavasti samassa ajassa 29,4 %:sta 33,0 %:iin.

Sota Ukrainassa on iskemässä talouskasvuun myös Alma Median toimintamaissa. Vaikka yhtiöllämme ei ole liiketoimintaa tai omistuksia Ukrainassa tai Venäjällä, sodan välilliset talousvaikutukset ulottuvat myös meihin. Taloustilanteen tarkkaan arviointiin liittyy luonnollisesti epävarmuutta, mutta on todennäköistä, että sota tulee heikentämään talouskasvua ja toisaalta kiihdyttämään inflaatiota Alma Median toimintamaissa loppuvuoden aikana. Henkisesti Ukrainan tragedia on iskenyt meihin kovaa. Olemme tukeneet pakolaisia avustusjärjestöjen kautta, antaneet järjestöille ilmaista ilmoitustilaa sekä tukeneet ukrainalaisten työnhakua kehittämällä Alma Career -maiden yhteisen Workania-sovelluksen, jotta ukrainalaiset pakolaiset löytäisivät nopeammin töitä. Palvelussa on nyt 7000 ukrainalaisille tarjottavaa työpaikkaa.

Ukrainan kriisi ja edelleen vaihteleva epidemiatilanne alleviivaavat sitä, että yhtiöllä pitää olla ketteryyttä, strategista joustavuutta ja resilienssiä. Pystyäksemme toimimaan menestyksellisesti nopeasti muuttuneissa olosuhteissa ja epävarmuuden vallitessa, strategiamme pitää olla kirkas, hyvin kommunikoitu ja toteuttamiskelpoinen. Meidän pitää niin ikään kyetä osoittamaan vahvaa toiminta- ja muuntautumiskykyä, joustavuutta ja halukkuutta ponnistella yhteisen tavoitteen eteen. Kuten korona jo osoitti, almalaiset pystyvät ottamaan vaikean tilanteen nopeasti haltuun ja tekemään heikkosakin suhdanteessa erinomaista liiketoimintaa. Geopoliittisesta synkkyudesta huolimatta katsomme optimistisina kriisien jälkeiseen aikaan.

### Kai Telanne

Toimitusjohtaja

## Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

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

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

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ovat:

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

Alma Median strategia perustuu ydinliiketoiminnan digitaaliseen transformaatioon, 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. Yritysjärjestelyissä etsitään strategiaan sopivia kohteita, jotka integroituvat hyvin Alma Mediaan. Esimerkiksi keväällä 2021 hankitut Nettixin ja kotimaisten markkinapaikkojen synergiat ja yritysjärjestelyn hyödyt näkyvät jo selvästi.

Yhtiö jatkaa edelleen rekrytointiliiketoiminnan kansainvälistymispolkua painopisteenään itäinen Eurooppa ja Balkanin alue. Myös sisäisesti yhtiö haluaa vahvistaa kansainvälistä yhteistyötä ja parhaiden käytäntöjen etsimistä ja jalostamista. Esimerkiksi Career-segmentin Career United -hanke hakee aktiivisesti yhteistyön tiivistämistä ja tehokasta parhaiden käytäntöjen etsimistä ja laajentamista muihin toimintamaihin.

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.

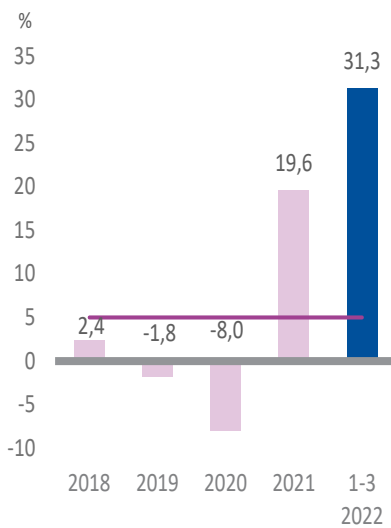
Keskeistä yhtiön strategiassa on jatkaa laajentumista median ja markkinapaikkojen sisällöntuotannosta ja mainonnasta uusiin, asiakkaiden tarpeita täydentäviin ja koko arvoketjun kattaviin digitaalisiin tuotteisiin ja palveluihin alkaen myynnin järjestelmistä aina transaktioihin. Samalla yhtiö kumppanoituu osaksi laajoja ja saumattomia digitaalisia palveluverkostoja eli ekosysteemejä, esimerkiksi rekrytointin, asumisen ja autoilun vertikaaleissa.

Alma Median toimintaympäristössä kilpailutilanteen nähdään edelleen kiristyvän strategiajaksolla 2022–2024. Kansainväliset alustajätit ovat vahvistaneet asemiaan monilla sektoreilla, kuten mainonnassa ja markkinapaikkaliiketoiminnassa. Lisäksi paikallisen kilpailun odotetaan lisääntyvän Alma Median toimintamaissa. Nykyisiä liiketoimintamalleja disruptoivien, eli vakiintuneita toimintamalleja merkittävästi uudistavien ja kapeille erikoisaloille keskittyneiden pienempien niin sanottujen niche-toimijoiden, vaikutus näkyy jo useilla markkinoilla.

Digitaalisen median ja digitaalisten palveluiden kysynnän odotetaan edelleen kasvavan. Palveluiden ja niiden muodostamien ekosysteemien digitalisoitumisen odotetaan kiihtyvän lähivuosina ja kaupankäynnin jatkavan siirtymistään digitaalisille markkinapaikoille. Sähköinen kaupankäynti myös suurempien kulutushyödykkeiden, kuten autojen ja asuntojen, osalta uskotaan kiihtyvän. Datat, analytiikan, koneoppimisen ja automaation merkitys lisääntyy vaatien kasvavia panostuksia teknologiaan.

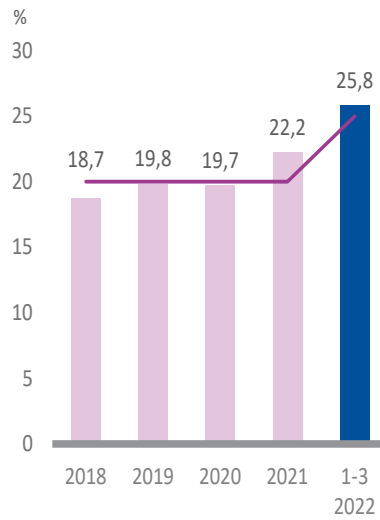
Talouden ja yhteiskunnan osalta odotamme kiinnostuksen lisääntymistä talouden rakenteisiin ja pitkän ajan haasteisiin Euroopassa. Työmarkkinoiden odotamme vetävän edelleen vahvasti strategiakaudella ja näemme kilpailun työvoimasta ja palkkainflaation kiihtyvän ainakin osassa toimintamaitamme.

Liikevaihdon kasvu



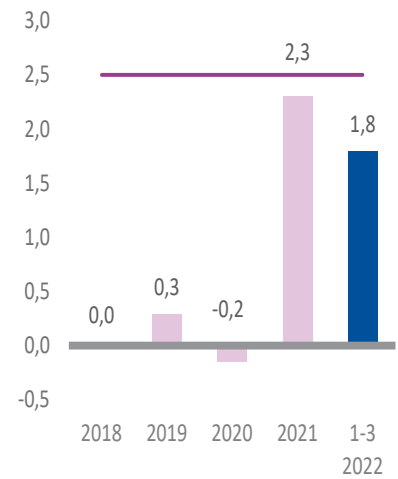
■ Toteuma  
— Tavoitetaso

Oikaistu liikevoittomarginaali



■ Toteuma  
— Tavoitetaso

Nettovelan ja käyttökateen suhde\*



■ Toteuma  
— Tavoitetaso, maksimi

\* Oikaistu käyttökate 12kk rullaava.

## Vastuullisuus

Alma Medialla on mediayhtiönä keskeinen rooli yhä vastuullisemman yhteiskunnan rakentamisessa. Yhtiön medioilla ja palveluilla on oma oleellinen roolinsa ilmastomuutoksen hillinnässä ja yhteiskunnan toimintatapojen muuttamisessa esimerkiksi työelämässä tasa-arvoisuutta, monimuotoisuutta ja sosiaalista osallistamista tukevamaksi. Yhtiön digitaaliset palvelut mahdollistavat kuluttajille vähäpäästöisempien ja energiatehokkaampien valintojen tekemisen esimerkiksi asuntoa tai autoa hankittaessa. Alma Median tavoitteena on yhdistää kestävä kehitys, strateginen kilpailuetu sekä vastuullisuuteen pohjautuvan uuden liiketoiminnan luominen. Se toimii vastuullisesti uusien tuotteidensa ja palveluidensa kehittämisessä ja pyrkii ennaltaehkäisemään kaikki vakavat tietoturvaloukkaukset.

Alma Media päivitti vastuullisuusohjelmansa syksyllä 2021. Vuodesta 2022 vastuullisuustavoitteet ovat osa henkilöstön kannusteperusteita. Alma Median tärkein riski ja mahdollisuus on median vastuullinen journalismi ja markkinointi sekä digitaalisten palvelujen tietoturvasuojaukset ja datan suojaaminen.

Media-alan menestyksen keskeisinä painopisteinä on luottamus mediaan ja moniarvoisen keskustelun mahdollistaminen yhteiskunnassa sekä laadukkaan ja turvallisen mediaympäristön takaaminen.

Alma Media on sitoutunut tieteeseen perustuviin ilmastotavoitteisiin pyrkien minimoimaan oman toimintansa kasvihuonekaasupäästöt ja sitouttamaan toimitusketjuaan ilmastotavoitteisiinsa. Yhtiö haluaa toimia media-alan suunnannäyttäjänä hiilineutraaliin tulevaisuuteen siirryttäessä.

Alma Media pyrkii henkilöstön korkeaan työelämän laatuun sekä työn ja yksityiselämän tasapainoon. Yhtiö kehittää jatkuvasti henkilöstön osaamista ja mahdollisuuksia henkilökohtaiseen kasvuun.

Alma Median vastuullisuustyö tarkoittaa pieniä ja suuria vastuullisuustekoja ja sitä, että yhtiön työntekijät toimivat vastuullisesti jokapäiväisessä työssään. Vastuullisuustyössä korostuu myös auttaminen ydinosaamisen kautta: esimerkiksi ukrainalaisten pako- ja työnhakua uusissa ympyröissä on autettu kehittämällä Alma Career -maiden yhteinen Workania.eu-palvelu, jonka avulla ukrainalaiset voivat löytää nopeammin töitä. Palvelusta, joka avattiin Ukrainan sodan syttymisen jälkeen, löytyy 7000 ukrainalaisille tarjottavaa työpaikkaa.

Alma Media ei salli korruptiota, lahjontaa ja ihmisoikeusloukkauksia liiketoiminnassaan. Henkilöstön ja palvelutuottajien edellytetään sitoutuvan Alma Median eettiseen ohjeistukseen.

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

## Konsernin tunnuslukuja

### Tuloslaskelma

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1—3	1—3	%	1—12
Liikevaihto	76,2	58,1	31,3	275,4
Markkinapaikat	35,0	21,9	59,6	116,4
Media	26,2	22,8	14,9	101,9
- josta digitaalista	60,1 %	54,8 %		56,9 %
Palveluliikevaihto	15,0	13,3	12,6	57,1
- josta digitaalista	67,3 %	64,7 %		65,7 %
Digiliiketoiminnan liikevaihto	60,9	43,1	41,4	212,1
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	79,9 %	74,1 %		77,0 %
Oikaistut kokonaiskulut	56,7	47,9	18,3	215,6
Oikaistu käyttökate	24,0	14,6	64,5	77,8
Käyttökate	24,1	14,3	68,7	73,5
Oikaistu liikevoitto	19,6	11,1	77,4	61,1
% liikevaihdosta	25,8	19,1		22,2
Liikevoitto/-tappio	19,8	10,8	83,2	56,8
% liikevaihdosta	26,0	18,6		20,6
Tilikauden tulos	16,0	8,1	97,1	44,3

## Tase

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1—3	1—3	%	1—12
Varat	512,3	344,4	48,8	518,4
Nettovelat	156,6	39,4	296,9	181,8
Korolliset velat	201,6	91,7	119,8	233,7
Korottomat velat	157,7	124,4	26,8	118,2
Investoinnit yhteensä	1,4	64,1	-97,8	247,1
Omavaraisuusaste%	33,0	40,5	-18,5	34,7
Gearing%	102,4	31,2	228,1	109,2



## Henkilöstö

	2022	2021	Muutos	2021
	1—3	1—3	%	1—12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 638	1 443	13,6	1 549
Telemarkkinoijat keskimäärin	322	363	-11,4	337

## Tunnuslukuja

	2022	2021	Muutos	2021
	1—3	1—3	%	1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	46,6	21,0	124,4	23,9
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	18,5	15,1	23,9	14,3
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,19	0,09	109,6	0,53
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,19	0,09	110,7	0,52
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,33	0,19	77,8	0,92
Oma pääoma/osake	1,82	1,51	20,7	1,99
Osinko/osake				0,35
Efektiiivinen osinkotuotto%				3,2
Hinta/voittosuhte P/E				20,4
Markkina-arvo	799,9	714,5	12,0	891,4
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 295	82 320		82 213
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 396	83 841		83 991
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)	82 383	82 383		82 383

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

\*\* Yhtiö on vuoden 2022 aikana hankkinut omia osakkeita 135 665 kpl ja luovuttanut 218 092 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 87 983 kpl.

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

# Liikevaihto

## Tammi–maaliskuu 2022

Alma Median liikevaihto kasvoi 31,3 % 76,2 (58,1) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 5,4 milj. euroa. Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 17,3 %. Liikevaihdon kasvuun vaikuttivat rekrytointikysynnän voimakas kasvu, yritysostot sekä digimainonnan kasvu.

## Liikevaihto

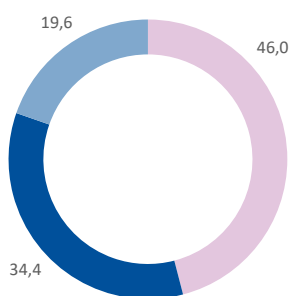
milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Alma Career	26,7	16,2	65,0	82,2
Alma Consumer	24,8	17,5	41,5	94,5
Alma Talent	25,2	24,5	3,0	99,7
Segmentit yhteensä	76,7	58,2	31,8	276,4
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,4	-0,1	-321,1	-0,9
Yhteensä	76,2	58,1	31,3	275,4

## Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

(milj. euroa)	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Suomi	48,5	40,5	19,9	188,1
Muut maat	27,7	17,6	57,4	87,3
Konserni yhteensä	76,2	58,1	31,3	275,4

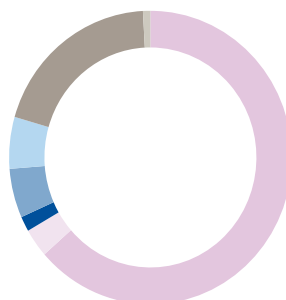
\* Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty konsernin yksiköiden sijaintimaan mukaan.

Liikevaihdon jakauma 1-3/2022



- Markkinapaikat
- Media
- Palvelut

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 1-3/2022



- Suomi, 64 % (20,0%)
- Kroatia, 3 % (7,4,3%)
- Ruotsi, 2 % (6,8%)
- Slovakia, 5 % (6,6%)
- Baltia, 6 % (37,5%)
- Tšekki, 20 % (66,0%)
- Muut, 1 % (64,3%)

# Tulos

## Tammi–maaliskuu 2022

Oikaistu liikevoitto oli 19,6 (11,1) milj. euroa, 25,8 % (19,1 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 19,8 (10,8) milj. euroa, 26,0 % (18,6 %) liikevaihdosta. Katsauskauden sekä vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä aiheutuneesta myyntivoitosta sekä toiminnan uudelleen järjestelyistä.

Kokonaiskulut kasvoivat ensimmäisellä vuosineljänneksellä 8,4 milj. euroa. Kulujen kasvu liittyi yritysostoihin sekä digitaalisen liiketoiminnan kehityspanosten kasvuun ja markkinointi- ja henkilöstökuluihin. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,3 (3,5) milj. euroa. Tammi–maaliskuun tulos oli 16,0 (8,1) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,19 (0,09) euroa per osake.

## Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Alma Career	12,3	5,1	140,5	30,0
Alma Consumer	5,0	3,4	47,4	23,9
Alma Talent	5,5	5,2	5,2	20,6
Segmentit yhteensä	22,8	13,7	66,0	74,5
Kohdistamattomat toiminnot	-3,2	-2,7	-18,5	-13,4
Yhteensä	19,6	11,1	77,4	61,1

## Liikevoittoa oikaisevat erät

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

## Oikaistut erät

milj. euroa	2022	2021	2021
	1–3	1–3	1–12
Alma Consumer			
Myyntivoitot ja -tappio	0,2		
Liiketoimintojen hankinnoista syntyneet tulosvaikutteiset erät			-0,4
Alma Talent			
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1		-0,0
Kohdistamattomat			
Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen transaktiokulut		-0,4	-4,1
Myyntivoitot ja -tappio		0,2	0,2
Liikevoiton oikaistut erät		-0,3	-4,3
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	0,2	-0,3	-4,3

## Liikevoitto/-tappio

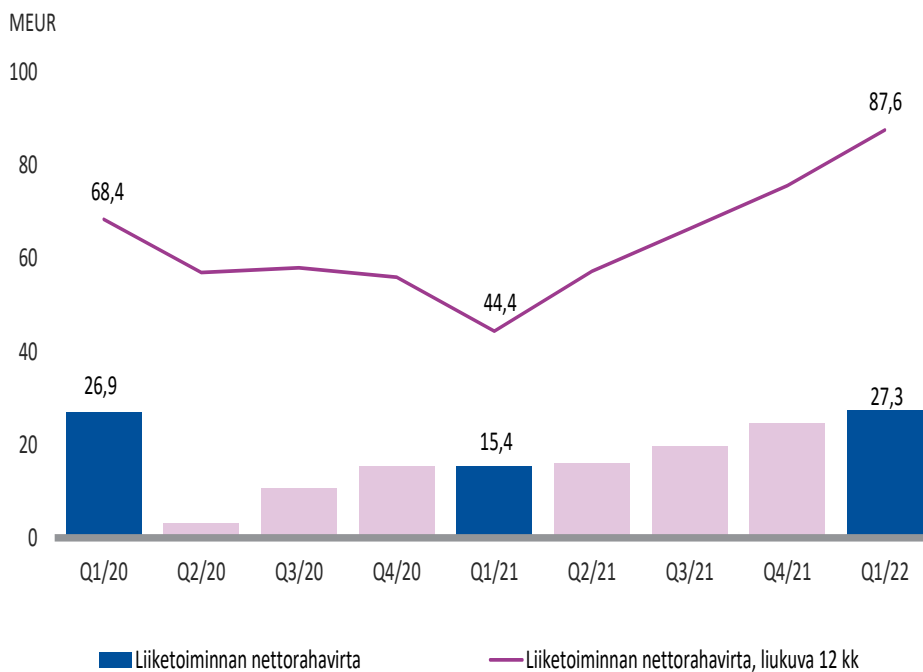
milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Alma Career	12,3	5,1	140,5	30,0
Alma Consumer	5,3	3,4	53,6	23,5
Alma Talent	5,4	5,2	4,0	20,5
Segmentit yhteensä	22,9	13,7	67,1	74,1
Kohdistamattomat toiminnot	-3,2	-2,9	-7,7	-17,3
Yhteensä	19,8	10,8	83,2	56,8

## Tase ja rahoituslaskelma

Taseen loppusumma oli maaliskuun 2022 lopussa 512,3 (344,4) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli maaliskuun lopussa 33,0 % (40,5 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,82 (1,51) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta tammi–maaliskuussa oli 27,3 (15,4) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani vertailukaudesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen ja laske-neen käyttöpääomatason ansiosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–maaliskuussa 26,6 (-48,3) milj. euroa.

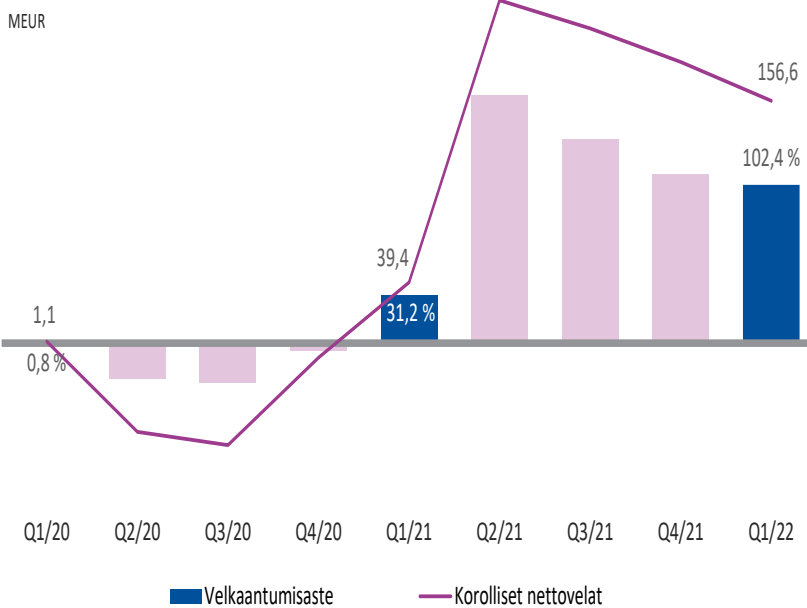
Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR



## Korolliset nettovelat

(milj. euroa)	2022	2021	2021
	1—3	1—3	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	194,7	79,7	226,8
IFRS16-leasingvelat	24,7	29,7	26,8
Rahoituslaitoslainat	170,0	50,0	200,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	6,9	12,0	7,0
IFRS16-leasingvelat	6,9	7,0	7,0
Yritystodistukset		5,0	
Rahavarat	45,0	52,3	51,9
Korolliset nettovelat	156,6	39,4	181,8

### 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. Maaliskuussa 2022 pitkäaikaista lainaa lyhennettiin 30 milj. euroa. Lisäksi uuteen rahoituspakettiin kuuluu myös 30 milj. euron luottolimiittisopimus ("RCF"). Uutta luottolimiittia käytetään konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin. Luottolimitin maturiteetti on 48 kuukautta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 31.3.2022.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 31.3.2022 käyttämättä.

Alma Medialla oli maaliskuun 2022 lopussa korollisia velkoja yhteensä 201,6 (91,7) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 156,6 (39,4) milj. euroa.

Alma Medialla oli yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 0,4 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 16,8 milj. euroa.

Yhtiö allekirjoitti joulukuussa 2021 korkojohdannaissopimuksen. Tämä sopimus on luonteeltaan kahden vuoden päästä alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Johdannaisen nimellisarvo on 50 milj. euroa ja siitä ensimmäisellä vuosineljänneksellä syntynyt 2,0 milj. euron positiivinen käyvänarvon muutos on kirjattu rahoitustuottoihin.

## Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2022

Joulukuussa 2021 Alma Median tytäryhtiö Alma Media Suomi Oy sopi kaupasta, jolla se myi treffipalvelu E-kontaktin City Digital -konsernille. Liiketoiminta siirtyi uudelle omistajalle 11.2022. Kaupalla ei ollut merkittävää tulosvaikutusta Alma Medialle.

Alma Media Oyj:n tytäryhtiö Alma Career Oy sopi 18.2.2022 osakekaupasta, jolla se myy omistamansa 21,05 prosenttia Bolt Group Oy:n osakkeista kotimaisen pääomasijoitusyhtiön Vaaka Partnersin, Bolt Group Oy:n toimivan johdon ja henkilöstön muodostamalle uudelle perustettavalle yhtiölle sen nykyisiltä omistajiltaan. Kilpailu- ja kuluttajaviraston hyväksytyä järjestelyyn, kaupan arvioidaan toteutuvan huhtikuun 2022 loppuun mennessä ja siitä muodostuu arviolta 5,5 miljoonan euron myyntivoitto, joka käsitellään tulosvai-  
kutteisena ja oikaistuna eränä toisella vuosineljänneksellä.

Bolt Group Oy:n osakkuusyhtiöosuus esitetään myytävänä olevaksi luokiteltuna omaisuuseränä 31.3.2022 taseella.

## Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2022 ensimmäisellä kvartaalilla yhteensä 1,4 (64,1) milj. euroa. Investoinnit koostuivat normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista sekä IFRS 16 mukaisista vuokrasopimusvelkojen lisäyksistä.

## Investoinnit segmenteittäin

	2022	2021	2021
(milj. euroa)	1–3	1–3	1–12
Alma Career	0,3	2,1	3,2
Alma Consumer	0,5	3,3	180,9
Alma Talent	0,2	0,1	1,0
Segmentit yhteensä	1,0	5,5	185,2
Kohdistamattomat	0,4	58,6	61,9
Yhteensä	1,4	64,1	247,1

## Investoinnit ja yritysostot

	2022	2021	2021
(milj. euroa)	1–3	1–3	1–12
Käyttöomaisuus	1,4	0,7	6,1
Yritysostot	0,0	63,3	241,0
Yhteensä	1,4	64,1	247,1

## Poistot

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

## Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoivat 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 raportoivat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

### Alma Career

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

### Avainluvut

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Liikevaihto	26,7	16,2	65,0	82,2
Markkinapaikat	24,1	14,6	65,8	74,1
Palvelut	2,6	1,6	57,0	8,1
Oikaistut kokonaiskulut	14,5	11,2	29,2	52,4
Oikaistu käyttökate	13,0	5,8	124,5	32,8
Käyttökate	13,0	5,8	124,5	32,8
Oikaistu liikevoitto	12,3	5,1	140,5	30,0
% liikevaihdosta	46,0 %	31,5 %		36,6 %
Liikevoitto/-tappio	12,3	5,1	140,5	30,0
% liikevaihdosta	46,0 %	31,5 %		36,6 %
Henkilöstö keskimäärin	652	564	15,5	594
Digiliiketoiminnan liikevaihto	26,6	16,2	64,8	81,9
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	99,7 %	99,8 %		99,7 %

### Liikevaihto

milj.euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Tšekki	15,1	9,1	66,0	46,2
Slovakia	4,2	2,5	64,6	13,1
Baltian maat	3,0	1,8	69,1	9,3
Kroatia	2,4	1,4	74,3	7,1
Suomi	1,6	1,1	37,9	5,0
Muut maat	0,7	0,4	64,3	2,1



## Operatiiviset avainluvut

Kuukausikeskiarvo			
Vuosi	Yksittäiset kävijät, kpl	Työpaikkavahtien käyttäjät, kpl	Yksittäiset kävijät / työpaikkavahdit
Q1/2022	5 611 000	1 717 667	30,6 %
2021	5 835 417	1 664 917	28,5 %
2020	5 790 333	1 584 500	27,4 %
2019	5 573 667	1 478 750	26,5 %
2018	5 302 667	1 295 917	24,4 %

\* Luvut eivät sisällä Baltian eikä Puolan lukuja

Kuukausikeskiarvo					
Vuosi	Mainostajat kpl	Maksulliset ilmoitukset kpl	Laskutus EUR	Laskutus / mainostaja EUR	Laskutus / maksulliset ilmoitukset EUR
Q1/2022	17 416	126 314	10 239 000	588	81
2021	14 679	104 336	6 974 917	475	67
2020	11 038	71 183	4 567 250	414	64
2019	13 533	99 386	5 870 167	434	59
2018	13 409	103 434	5 876 917	438	57

## Tammi—maaliskuu 2022

Vuoden 2022 ensimmäisellä vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 65 % ja oli 26,7 (16,2) milj. euroa. Rekrytointipalveluiden kysyntä vahvistui kaikissa toimintamaissa ja nosti liikevaihdon ja kannattavuuden ennätystasolle. Rekrytoinnin muiden lisäarvopalveluiden, kuten järjestelmäratkaisujen ja työnantajamielikuvamainonnan myynnin hyvä kehitys jatkui.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 29,2 % 14,5 milj. euroon kasvaneiden henkilöstö- ja markkinointikulujen johdosta. Keskeisissä toimintamaissa kuluja kasvattaa kiihtyvä palkkainflaatio.

Oikaistu liikevoitto oli ensimmäisellä vuosineljänneksellä 12,3 (5,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 46,0 % (31,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 12,3 (5,1) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

## Alma Consumer

Alma Consumer -segmentti muodostuu 37 kuluttaja- ja b-to-b-brändin laajasta portfolioista. Alma Consumer -segmentin liiketoimintaan kuuluvat monikanavainen uutis- ja lifestyle-media Iltalehti, Suomen johtava asuntokaupan markkinapaikka Etuovi.com ja asuntovuokrauksen markkinapaikka Vuokraovi.com, moottorialan markkinapaikat Nettiauto, Autotalli.com ja Nettimoto sekä toimialan yrityksiä palvelevat asuntokaupan ja autokaupan 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	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Liikevaihto	24,8	17,5	41,5	94,5
Markkinapaikat	9,8	5,8	69,2	37,3
Media	12,5	10,1	23,4	47,9
Sisältö, media	3,7	3,3	11,7	14,7
Mainonta, media	8,8	6,8	29,1	33,3
- josta digitaalista	88,8 %	93,9 %	-5,4	88,6 %
Palvelut	2,5	1,6	55,3	9,3
Oikaistut kokonaiskulut	19,7	14,5	36,4	71,0
Oikaistu käyttökate	6,3	3,9	63,0	28,6
Käyttökate	6,6	3,9	68,4	28,1
Oikaistu liikevoitto	5,0	3,4	47,4	23,9
% liikevaihdosta	20,4 %	19,6 %		25,3 %
Liikevoitto/-tappio	5,3	3,4	53,6	23,5
% liikevaihdosta	21,2 %	19,6 %		24,9 %
Henkilöstö keskimäärin	360	292	23,3	339
Digiliiketoiminnan liikevaihto	20,5	13,8	49,3	76,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	82,9 %	78,6 %		81,0 %

## Liikevaihto

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Asuminen	4,2	3,8	11,2	16,3
Autoilu ja liikkuminen	6,4	1,6	311,5	21,4
Vertailu ja jakamistalous	1,6	1,3	18,8	6,9
Media ja medalliset palvelut	12,6	10,3	22,1	48,8
- josta digitaalista	72,1 %	64,5 %		67,2 %
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *	0,0	0,5	-97,1	1,1

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

## Oikaistu liikevoitto

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1–3	1–3	%	1–12
Asuminen	1,9	1,9	-1,6	7,9
Autoilu ja liikkuminen	1,7	0,6	205,4	7,8
Vertailu ja jakamistalous	0,5	0,7	-32,5	2,9
Media ja mediallyiset palvelut	0,9	0,4	158,0	6,3
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *	0,0	-0,1	-107,2	-1,0

### Tammi—maaliskuu 2022

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 41,5 % vuoden ensimmäisellä vuosineljänneksellä ja oli 24,8 (17,5) milj. euroa. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 5,4 milj. euroa. Liikevaihdon orgaaninen kasvu oli 11,0 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,9 % (78,6 %).

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto kasvoi ensimmäisellä vuosineljänneksellä 11,2 %. Kasvuun vaikutti kaikkien osa-alueiden hyvä kehitys. Asumisen järjestelmät ja mediamainonta Etuovi.com- ja Vuokraovi.com-palveluissa kasvoivat.

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

Media- ja mediallyisten palveluiden liikevaihto kasvoi 22,1 %. Vertailukelpoinen digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti, yhteensä 1,2 milj. euroa (18,1 %). Toimialoista telepalvelut ja vähittäiskauppa siivittivät mainonnan kasvua.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 36,4 % ja olivat 19,7 (14,5) milj. euroa. Kulujen kasvuun vaikuttivat yrityshankinnat ja panostukset tuotekehitykseen ja markkinointiin. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,0 (3,5) milj. euroa, 20,4 % (19,6 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 5,3 (3,4) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntivoitosta.. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

## 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	2022	2021	Muutos	2021
	1—3	1—3	%	1—12
Liikevaihto	25,2	24,5	3,0	99,7
Markkinapaikat	1,6	1,5	4,9	6,2
Media	13,3	12,8	4,0	53,2
Sisältö, media	8,5	8,4	1,1	33,5
- josta digitaalista	50,1 %	44,6 %		46,7 %
Mainonta, media	4,8	4,4	9,5	19,6
- josta digitaalista	56,7 %	52,4 %		57,4 %
Palvelut	10,3	10,1	1,3	40,3
- josta digitaalista	54,6 %	56,6 %		54,7 %
Oikaistut kokonaiskulut	19,8	19,7	0,4	79,6
Oikaistu käyttökate	6,4	6,2	4,6	24,3
Käyttökate	6,4	6,2	3,6	24,2
Oikaistu liikevoitto	5,5	5,2	5,2	20,6
% liikevaihdosta	21,7 %	21,3 %		20,6 %
Liikevoitto/-tappio	5,4	5,2	4,0	20,5
% liikevaihdosta	21,5 %	21,3 %		20,6 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	452	425	6,3	444
Telemarkkinoijat keskimäärin	322	363	-11,4	337
Digiliiketoiminnan liikevaihto	14,2	13,3	6,6	55,2
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	56,4 %	54,5 %		55,4 %

## Liikevaihto

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1—3	1—3	%	1—12
Alma Talent Media	13,4	12,8	4,8	53,5
- josta digitaalista	52,1 %	47,3 %		50,6 %
Alma Talent Palvelut	8,7	8,4	3,6	33,8
- josta digitaalista	82,9 %	86,6 %		83,2 %
Suoramarkkinointi	3,6	3,9	-7,7	15,1
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,6	-0,7	-15,1	-2,7

## Liikevoitto

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1—3	1—3	%	1—12
Alma Talent Media	3,0	2,6	17,8	11,1
Alma Talent Palvelut	2,0	2,1	-0,8	7,3
Suoramarkkinointi	0,4	0,6	-31,1	2,1
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,0	-0,0	-184,8	0,1

## Jatkuva laskutus (recurring), Alma Talent Palvelut

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2021
	1—3	1—3	%	1—12
Alma Talent Palvelut				
Recurring*	2,3	2,1	9,9 %	8,7
Recurring-like**	4,0	3,8	3,5 %	15,2
Non-recurring***	2,4	2,5	-1,6 %	9,9
Yhteensä	8,7	8,4	3,6 %	33,8

\* Jatkuva, lisenssipohjainen liikevaihto.

\*\* Jatkuva, pääosin lisenssisopimusten yhteydessä myytävä, volyymipohjainen liikevaihto

\*\*\* Ei jatkuva, kertaluonteisiin myyntitapahtumiin perustuva liikevaihto.

## Tammi—maaliskuu 2022

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi tammi—maaliskuussa 3,0 % 25,2 (24,5) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 56,4 % (54,5 %).

Talent Median sisältöliikevaihto kasvoi 1,1 % digitaalisten sisältötuottojen 13,6 %:n kasvun ansiosta ja ylittäen painetun median liikevaihdon 9,0 % laskun. Mainonta kasvoi digimainonnan sekä kumppanimarkkinoinnin kasvun ansiosta.

Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 3,6 %. Kasvu muodostui digitaalisen asuntokaupan, yritystiedon ja juridiikan palveluiden sekä markkinapaikkojen myynnin kasvusta. Oikaistu liikevoitto oli edellisen vuoden tasolla, suunniteltujen henkilöstölisäysten ja tuotekehityspanostusten seurauksena. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 82,9 % (86,6%).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto laski 7,7 % mm. energia-toimialan vähentäessä suoramarkkinointipanostuksia.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 19,8 (19,7) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,5 (5,2) milj. euroa ja liikevoitto 5,4 (5,2) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

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

### Varat segmenteittäin

(milj. euroa)	31.3.2022	31.3.2021	31.12.2021
Alma Career	88,6	82,8	86,9
Alma Consumer	223,2	48,4	224,1
Alma Talent	113,9	118,1	113,5
Segmentit yhteensä	425,7	249,2	424,5
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	86,5	95,2	93,9
<b>Yhteensä</b>	<b>512,1</b>	<b>344,4</b>	<b>518,4</b>

### Velat segmenteittäin

(milj. euroa)	31.3.2022	31.3.2021	31.12.2021
Alma Career	45,6	30,8	39,5
Alma Consumer	15,6	12,2	14,2
Alma Talent	42,7	43,3	38,4
Segmentit yhteensä	103,9	86,3	92,1
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	255,4	130,3	259,8
<b>Yhteensä</b>	<b>359,3</b>	<b>216,6</b>	<b>351,9</b>

## Varsinainen yhtiökokous 2022

Alma Media Oyj:n 29.3.2022 poikkeusjärjestelyin pidetty varsinainen yhtiökokous vahvisti vuoden 2021 tilinpäätöksen ja myönsi vastuuvapauden hallituksen jäsenille ja toimitusjohtajalle.

Hallituksen jäseniksi valittiin Eero Broman, Heikki Herlin, Peter Immonen, Esa Lager, Alexander Lindholm, Petri Niemisvirta, Catharina Stackelberg-Hammarén ja Kaisa Salakka. Yhtiökokouksen jälkeisessä järjestäytymiskokouksessaan hallitus valitsi puheenjohtajaksi Catharina Stackelberg-Hammarénin ja varapuheenjohtajaksi Eero Bromanin.

## Osinko

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että osinkoa tilikaudelta 2021 maksetaan 0,35 euroa osakkeelta. Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 31.3.2022 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Osinko maksettiin 7.4.2022.

## Palkitsemisraportti

Yhtiökokous vahvisti toimielinten palkitsemisraportin.

## Hallituksen jäsenten palkkiot

Yhtiökokous päätti osakkeenomistajien nimitystoimikunnan ehdotuksesta, että palkkiot pysyvät ennallaan, ja että yhtiökokouksessa valittaville hallituksen jäsenille maksetaan vuoden 2022 varsinaiseen yhtiökokoukseen päättyvältä toimikaudelta seuraavat vuosipalkkiot: hallituksen puheenjohtajalle 62 500 euroa vuodessa, varapuheenjohtajalle 40 000 euroa vuodessa ja muille jäsenille 32 500 euroa vuodessa.

Lisäksi hallituksen ja tarkastusvaliokunnan puheenjohtajalle maksetaan 1 500 euron, nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan puheenjohtajalle 1 000 euron ja valiokuntien varapuheenjohtajille 700 euron ja jäsenille 500 euron palkkio niistä hallituksen ja sen valiokuntien kokouksista, joihin he osallistuvat. Hallituksen jäsenten matkakulut korvataan yhtiön matkustusohjesäännön mukaisesti.

Kokouspalkkiot maksetaan kustakin kokouksesta: kaksinkertaisena (i) Suomen ulkopuolella Euroopassa asuville henkilöille ja (ii) Suomen ulkopuolella Euroopassa pidetyistä kokouksista; sekä kolminkertaisena (i) Euroopan ulkopuolella asuville henkilöille tai (ii) Euroopan ulkopuolella pidetyistä kokouksista.

Hallituksen jäsen hankkii yhtiökokouksen päätöksen perusteella Alma Media Oyj:n osakkeita markkinoilta kaupankäynnissä säännellyllä markkinalla Helsingin Pörssissä muodostuvaan hintaan noin 40 prosentilla hänelle, ennakonpidätys huomioiden, suoritetusta hallituksen jäsenen vuosipalkkiosta. Osakkeiden hankinnan hallituksen jäsen on velvollinen tekemään kahden viikon kuluessa tammi-maaliskuun 2022 osavuositarkastuksen julkistuksesta tai, mikäli tämä ei olisi sisäpiirisäännökset huomioiden mahdollista, ensimmäisenä mahdollisena ajankohtana tämän jälkeen. Mikäli osakkeita ei esimerkiksi vireillä olevien sisäpiirihankkeiden vuoksi ole voitu hankkia vuoden 2022 loppuun mennessä, maksetaan vuosipalkkio rahana. Näin hankittuja osakkeita ei saa luovuttaa ennen kuin hallituksen jäsenyys on päättynyt. Yhtiö vastaa osakkeiden hankinnasta mahdollisesti aiheutuvasta varainsiirtoverosta.

## Hallituksen kokoonpano

Yhtiökokous vahvisti hallituksen osakkeenomistajien nimitystoimikunnan ehdotuksen mukaisesti hallituksen jäsenten lukumääräksi kahdeksan (8).

Hallituksen varsinaisiksi jäseniksi valittiin uudelleen toimikaudelle, joka jatkuu seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka hallituksen nykyiset jäsenet: Peter Immonen, Esa Lager, Alexander Lindholm, Petri Niemisvirta ja Catharina Stackelberg-Hammarén sekä uusiksi jäseniksi Eero Broman, Heikki Herlin ja Kaisa Salakka.

## Tilintarkastajan palkkio ja valinta

Hallituksen tarkastusvaliokunnan suosituksen mukaisesti tilintarkastajan palkkio päätettiin maksaa yhtiön hyväksymän laskun mukaan. Tilintarkastusyhteisö PricewaterhouseCoopers Oy valittiin Alma Media Oyj:n tilintarkastajaksi tilikaudelle 2022. PricewaterhouseCoopers Oy on ilmoittanut, että päävastuullisena tilintarkastajana toimii KHT Niina Vilske.

## Yhtiöjärjestyksen muuttaminen

Yhtiökokous päätti muuttaa yhtiöjärjestyksen kohdan 2 mukaista toimialamääräystä siten, että kohta 2 muutetaan kuulumaan seuraavasti:

”Yhtiön toimialana ovat kaikki mediaan, kustantamiseen, muuhun viestintään, koulutukseen, markkinointiin, digitaalisiin markkinapaikkoihin, informaatioteknologiaan ja -palveluihin sekä maksu-, rahoitus- ja vakuutuspalveluiden tarjoamiseen liittyvät liiketoiminnat sekä kaikki muut niihin liittyvät tai niitä tukevat toiminnat. Toimintaansa yhtiö voi harjoittaa joko itse tai tytär- ja osakkuusyhtiöidensä kautta.”

### Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden hankkimisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Valtuutuksen enimmäismäärä on noin yksi (1) prosentti yhtiön koko osakemäärästä. Osakkeet hankitaan yhtiön vapaalla omalla pääomalla säännellyllä markkinalla Nasdaq Helsinki Oy:n järjestämässä kaupankäynnissä sen sääntöjen ja ohjeiden mukaisesti, minkä vuoksi hankinta tapahtuu suunnatusti eli muuten kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa. Osakkeiden hankkimisesta maksettavan vastikkeen tulee perustua yhtiön osakkeen hintaan säännellyllä markkinalla siten, että hankittavien osakkeiden vähimmäishinta on osakkeen alin säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana ja enimmäishinta vastaavasti osakkeen korkein säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana. Osakkeita voidaan hankkia yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyjen rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2023 saakka.

### Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden luovuttamisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 824 000 osaketta. Valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin yhtä (1) prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi.

Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2023 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 24.3.2021 päätetyn vastaavan osakeantivaltuutuksen.

### Hallituksen valtuuttaminen päättämään osakeannista

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 16 500 000 osaketta. Valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 20 prosenttia 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, omistus pohjan 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 30.6.2022 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 24.3.2021 päätetyn vastaavan osakeantivaltuutuksen, mutta ei edellä ehdotettua osakeantivaltuutusta.

### Lahjoitukset yleishyödylliseen tarkoitukseen

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään yhteensä 50 000 euron suuruisista lahjoituksista korkeakouluille ja yliopistoille vuosien 2022–2023 aikana hallituksen päättäessä lahjoitusten tarkemmista ehdoista.

### Hallituksen järjestäytyminen

Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen Catharina Stackelberg-Hammarénin ja varapuheenjohtajakseen Eero Bromanin.

Hallitus valitsi myös jäsenet valiokuntiinsa. Tarkastusvaliokunnan jäseniksi valittiin Eero Broman, Heikki Herlin, Petri Niemisvirta, Kaisa Salakka, sekä puheenjohtajaksi Esa Lager. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin Alexander Lindholm, Catharina Stackelberg-Hammarén sekä puheenjohtajaksi Peter Immonen.

Hallitukseen valitut henkilöt on hallituksen toimesta arvioitu Eero Bromania, Heikki Herliniä, Peter Immosta, Esa Lageria ja Alexander Lindholmia lukuun ottamatta riippumattomiksi yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista. Heikki Herlin on Mariatorp Oy:n hallituksen puheenjohtaja, Peter Immonen on Mariatorp Oy:n hallituksen jäsen, Esa Lager on Ilkka-Yhtymä Oy:n hallituksen jäsen, Alexander Lindholm on Otava-konsernin toimitusjohtaja ja Eero Broman on toiminut vuoteen 2022 saakka yhtäjaksoisesti Otava Oy:n hallituksen jäsenenä yli 10 vuotta (hallinnointikoodin suosituksen 10 alakohdan j) mukainen suhde merkittävään osakkeenomistajaan).



## Osake ja osakemarkkinat

Tammi–maaliskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 038 379 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,3 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 31.3.2022 oli 9,71 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 8,52 euroa ja ylin 11,80 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 799,9 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 87 983 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 2022). Hallitus lisäksi päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2022). Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Alma Media julkisti 16.2.2022 EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemispolitiikan vuodelle 2022 ja -raportin vuodelta 2021. Yhtiön palkitsemispolitiikka eli toimielinten palkitsemisen periaatteita sekä toimitusjärjestelmien keskeiset ehdot ja se on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta [www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen](http://www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen). Eri osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

## Liputusilmoitukset

Vuoden 2022 ensimmäisen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

## Riskit ja riskienhallinta

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

Yhtiön merkittävimmät strategiset riskit liittyvät kyberriskeihin sekä tietoturva- ja tietosuojaa koskeviin loukkauksiin, olemassa olevien markkinapaikkojen liiketoimintamallien nopeaan muutokseen sekä kuluttajien mediakäytön muuttumiseen. Tietoturvariskejä hallitaan mm. parantamalla ennakoivaa automaatiota palvelinhyökäysten havaitsemiseksi ajoissa ja kouluttamalla säännöllisesti henkilöstöä tietoturvaan ja tietosuojaan liittyen.

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

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

Toimintaympäristön muutos ja voimakas teknologinen kehitys edellyttää jatkuvaa panostusta henkilöstön osaamiseen ja kehittämiseen. Merkittävä strateginen riski on osaavan, teknologiahenkilöstöresurssin riittävyyden takaaminen tuleville vuosille. Riski liiketoiminnalle on myös digitaalisten yleisöjen merkittävä väheneminen, digitaalisen mainosmyynnin ja kohdeilmoittelun pysyvä lasku.

Laaja-alaisen pandemian jatkuminen voi merkittävästi vaikuttaa toisaalta palveluiden kysyntään sekä toisaalta aiheuttaa oleellisia tuotantokatkoksia liiketoimintaprosesseihin merkittävistä henkilöstön terveyteen kohdistuvista riskeistä johtuen. Koronapandemian lisäksi geopolitiittisten riskien eskalaatio Alma Median toimintamaissa voi merkittävästi vaikuttaa palveluiden kysyntään.

Operatiivisista riskeistä merkittävimmät ovat tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä päivittäiseen uutistuotantoon liittyvät keskeytykset.

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

## Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

# Osavuositarkastusyhennelmä ja liitetiedot

## Laaja tuloslaskelma

	2022	2021	Muutos	2021
(milj. euroa)	1—3	1—3	%	1—12
<b>LIIKEVAIHTO</b>	<b>76,2</b>	<b>58,1</b>	<b>31,3</b>	<b>275,4</b>
Liiketoiminnan muut tuotot	0,3	1,1	-73,0	1,4
Materiaalit ja palvelut	9,1	7,9	15,2	35,5
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	30,2	25,1	20,4	109,2
Poistot ja arvonalentumiset	4,3	3,5	23,8	16,7
Liiketoiminnan muut kulut	13,1	11,8	10,4	58,6
<b>LIIKEVOITTO</b>	<b>19,8</b>	<b>10,8</b>	<b>83,2</b>	<b>56,8</b>
Rahoitustuotot	2,0	0,2	988,5	0,9
Rahoituskulut	1,6	0,7	144,2	2,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	-0,2	0,0	-100,0	1,0
<b>TULOS ENNEN VEROJA</b>	<b>20,1</b>	<b>10,4</b>	<b>95,6</b>	<b>56,3</b>
Tuloverot	4,0	2,2	81,4	12,1
<b>TILIKAUDEN VOITTO</b>	<b>16,0</b>	<b>8,1</b>	<b>99,4</b>	<b>44,3</b>
<b>MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:</b>				
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi				
Etuus pohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät				-0,2
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi				
Muuntoerot	1,2	0,6		0,3
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	1,2	0,6		0,1
<b>TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ</b>	<b>17,2</b>	<b>8,7</b>		<b>44,3</b>
<b>Tilikauden tuloksen jakautuminen:</b>				
- Emoyhtiön omistajille	16,0	7,6		43,6
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,5		0,7
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	17,2	8,2		43,7
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,5		0,7
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:				
- Tulos/osake laimentamaton	0,19	0,09		0,53
- Tulos/osake laimennettu	0,19	0,09		0,52

## Tase

(milj. euroa)	31.3.2022	31.3.2021	31.12.2021
<b>VARAT</b>			
<b>PITKÄAIKAISET VARAT</b>			
Liikearvo	295,1	153,6	294,5
Aineettomat hyödykkeet	88,7	57,9	90,6
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	2,4	2,2	2,3
Käyttöoikeusomaisuuserät	30,8	36,2	32,9
Osuudet osakkuusyhtiöissä	3,4	6,4	7,7
Muut rahoitusvarat	3,6	4,0	3,6
Laskennalliset verosaamiset	0,8	0,3	0,7
<b>PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ</b>	<b>424,8</b>	<b>260,6</b>	<b>432,3</b>
<b>LYHYTAIKAISET VARAT</b>			
Vaihto-omaisuus	0,8	0,7	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,5	1,2	1,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset	34,8	29,7	31,5
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	2,3	0,0	0,2
Rahavarat	45,0	52,3	51,9
<b>LYTYAIKAISET VARAT YHTEENSÄ</b>	<b>83,4</b>	<b>83,8</b>	<b>86,1</b>
Myytävänä oleviksi luokitellut omaisuuserät	4,0		
<b>VARAT YHTEENSÄ</b>	<b>512,3</b>	<b>344,4</b>	<b>518,4</b>
<b>OMA PÄÄOMA JA VELAT</b>			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	1,5	0,6	0,3
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	76,5	51,5	91,2
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	150,1	124,2	163,6
Määräysvallattomien omistajien osuus	3,0	3,7	2,9
<b>OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ</b>	<b>153,1</b>	<b>127,9</b>	<b>166,5</b>
<b>VIERAS PÄÄOMA</b>			
<b>PITKÄAIKAISET VELAT</b>			
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	170,0	50,0	200,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	24,7	29,7	26,8
Laskennalliset verovelat	19,0	12,1	18,9
Eläkeveloitteet	0,8	0,7	0,8
Muut rahoitusvelat	16,3	17,2	16,3
<b>PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>230,8</b>	<b>109,8</b>	<b>262,8</b>
<b>LYHYTAIKAISET VELAT</b>			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	1,1	7,8	0,8
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	6,9	7,0	7,0
Saadut ennakot	49,1	28,8	39,2
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	3,3	0,7	5,3
<b>Ostovelat ja muut velat</b>	<b>68,1</b>	<b>62,5</b>	<b>36,8</b>
<b>LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>128,4</b>	<b>106,8</b>	<b>89,1</b>

# Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

## Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

	(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
<b>Oma pääoma 1.1.2022</b>		<b>45,3</b>	<b>7,7</b>	<b>0,3</b>	<b>19,1</b>	<b>91,2</b>	<b>163,6</b>	<b>2,9</b>	<b>166,5</b>
Tilikauden tulos						16,0	16,0	0,0	16,0
Muut laajan tuloksen erät							0,0		0,0
Muuntoerot				1,2			1,2		1,2
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako						-28,8	-28,8		-28,8
Omien osakkeiden hankinta						-1,4	-1,4		-1,4
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät						-0,5	-0,5		-0,5
<b>Oma pääoma 31.3.2022</b>		<b>45,3</b>	<b>7,7</b>	<b>1,5</b>	<b>19,1</b>	<b>76,3</b>	<b>150,1</b>	<b>3,0</b>	<b>152,9</b>
<b>Oma pääoma 1.1.2021</b>		<b>45,3</b>	<b>7,7</b>	<b>0,0</b>	<b>19,1</b>	<b>111,4</b>	<b>183,6</b>	<b>21,0</b>	<b>204,6</b>
Tilikauden tulos						7,6	7,6	0,5	8,1
Muut laajan tuloksen erät							0,0		0,0
Muuntoerot				0,6			0,6		0,6
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako						-24,7	-24,7		-24,7
Lunastamattomien osinkojen palautus						0,1	0,1		0,1
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät						0,4	0,4		0,4
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset						-43,4	-43,4	-17,6	-61,0
<b>Oma pääoma 31.3.2021</b>		<b>45,3</b>	<b>7,7</b>	<b>0,6</b>	<b>19,1</b>	<b>51,5</b>	<b>124,1</b>	<b>3,7</b>	<b>127,9</b>

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma, yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

## Rahavirtalaskelma

	2022	2021	2021
(milj. euroa)	1—3	1—3	1—12
<b>LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA</b>			
Tilikauden voitto	16,0	8,1	44,3
Oikaisuerät	8,2	6,9	37,1
Käyttöpääoman muutos	8,4	5,2	7,3
Saadut osingot	0,1	0,1	0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,5	-0,3	-2,2
Maksetut verot	-5,0	-4,6	-11,3
<b>Liiketoiminnan rahavirta yhteensä</b>	<b>27,3</b>	<b>15,4</b>	<b>75,6</b>
<b>INVESTOINTIEN RAHAVIRTA</b>			
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,6	-0,2	-1,5
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,7	-0,4	-2,3
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot		0,4	0,4
Investoinnit muihin sijoituksiin			-0,5
Myytävissä olevien rahoitusvarojen myynnit			1,0
Lainasaamisten takaisinmaksut			
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla		-63,4	-236,7
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,6		2,2
Osakkuusyritysten hankinta			-0,4
<b>Investointien rahavirta yhteensä</b>	<b>-0,7</b>	<b>-63,6</b>	<b>-237,9</b>
<b>Rahavirta ennen rahoitusta</b>	<b>26,6</b>	<b>-48,3</b>	<b>-162,3</b>
<b>RAHOITUKSEN RAHAVIRTA</b>			
Omien osakkeiden hankinta	-1,4		-1,1
Lainojen nostot		54,7	425,0
Lainojen takaisinmaksut	-30,0		-225,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-2,1	-2,2	-7,5
Maksetut osingot			-24,9
<b>Rahoituksen rahavirta yhteensä</b>	<b>-33,6</b>	<b>52,5</b>	<b>166,4</b>
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-7,0	4,3	4,1
Rahavarat kauden alussa	51,9	48,0	48,0
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,0	0,0	-0,2
<b>Rahavarat kauden lopussa</b>	<b>45,0</b>	<b>52,3</b>	<b>51,9</b>

## Osakkuusyhtiöt

### Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksista

milj. euroa	2022	2021	2021
	1–3	1–3	1–12
Alma Career	-0,2	0,0	1,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0
<b>Yhteensä</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>

## Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Ehdolliset kauppahintavelat ovat syntyneet liiketoimintojen hankintojen yhteydessä ja perustuvat hankittujen liiketoimintojen vuoden 2022–2025 tuloksiin. Yksittäisistä sopimuksista riippuen ehdollisten kauppahintavelkojen toteuma yhteensä voi vaihdella välillä 0–26 milj. euroa, joista parhaan käytettävissä olevan tiedon mukaan velaksi on 31.3.2022 kirjattu velkaa 16,8 milj. euroa. Kauppahintasopimukseen sisältyy yksi kauppahintavelka, jonka maksimimäärä on rajoittamaton perustuen hankitun liiketoiminnan käyttökatteeseen tilikaudelta 2022 hankintasopimuksessa määritellyllä kertoimella.

## Ehdolliset kauppahintavelat

(milj. euroa)	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	16,8
<b>Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa</b>	<b>16,8</b>

## Ehdolliset kauppahintasaatavat

(milj. euroa)	
Saatavien alkuperäinen käypä arvo	2,0
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-1,0
Saadut suoritukset	-0,6
<b>Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa</b>	<b>0,4</b>

## Henkilöstö

	2022	2021	2021
	1—3	1—3	1—12
Henkilöstö Suomi	957	848	926
Henkilöstö muut maat	681	595	623
<b>Henkilöstö yhteensä</b>	<b>1638</b>	<b>1443</b>	<b>1549</b>

## Vastuut

### Vastuusitoumukset

(milj. euroa)	31.3.2022	31.3.2021	31.12.2021
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset		0,0	
Muut vastuusitoumukset		0,1	
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,4	0,4	0,4
1-5 vuoden kuluessa	0,8	0,5	0,5
<b>Yhteensä</b>	<b>1,1</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>

## Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	31.3.2022	31.3.2021	31.12.2021
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*		0,0	
Nimellisarvo		0,1	
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	2,3		0,2
Kohde-etuuden arvo	50,0		50,0
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,6	0,0	-0,3
Kohde-etuuden arvo	15,1	9,0	11,9



## Lähipiiritapahtumat

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

	2022	2021	2021
(milj. euroa)	1–3	1–3	1–12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,0	0,2
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1
Johdon vaikutusvaltaiset	0,1	0,0	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,3	0,1	0,6
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,3
Merkittävät omistajat	0,1	0,0	0,1
Johdon vaikutusvaltaiset	0,1	0,1	0,1
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltaiset	0,0		0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,1	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,0	0,0
Merkittävät omistajat		0,0	0,0
Hankitut liiketoiminnot *			
Merkittävät omistajat			171,2
Myydyt liiketoiminnot **			
Merkittävät omistajat			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

	2022	2021	2021	2021	2021	2020	2020	2020
milj. euroa	1—3	10—12	7—9	4—6	1—3	10—12	7—9	4—6
<b>LIIKEVAIHTO</b>	<b>76,2</b>	<b>78,0</b>	<b>67,8</b>	<b>71,6</b>	<b>58,1</b>	<b>63,0</b>	<b>54,9</b>	<b>53,7</b>
Alma Career	26,7	24,1	21,9	20,0	16,2	15,3	15,5	13,5
Alma Consumer	24,8	26,9	23,6	26,6	17,5	19,3	16,9	15,7
Alma Talent	25,2	27,5	22,4	25,2	24,5	27,5	21,8	23,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,4	-0,5	-0,1	-0,2	-0,1	0,9	0,7	1,0
<b>OIKAISTUT KOKONAISKULUT</b>	<b>56,7</b>	<b>62,6</b>	<b>50,0</b>	<b>55,0</b>	<b>47,9</b>	<b>51,4</b>	<b>40,9</b>	<b>43,0</b>
Alma Career	14,5	16,0	13,0	12,2	11,2	11,8	10,1	8,9
Alma Consumer	19,7	20,2	17,0	19,3	14,5	14,5	12,3	12,9
Alma Talent	19,8	22,3	17,4	20,2	19,7	21,1	16,6	19,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	2,7	4,0	2,6	3,4	2,6	4,0	1,9	1,5
<b>OIKAISTU KÄYTTÖKATE</b>	<b>24,0</b>	<b>20,2</b>	<b>22,2</b>	<b>20,8</b>	<b>14,6</b>	<b>15,7</b>	<b>18,1</b>	<b>14,9</b>
Alma Career	13,0	8,9	9,7	8,4	5,8	4,4	6,4	5,6
Alma Consumer	6,3	8,0	7,9	8,8	3,9	5,3	5,2	3,3
Alma Talent	6,4	6,1	6,0	6,0	6,2	7,7	6,2	5,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,8	-2,9	-1,4	-2,4	-1,3	-1,7	0,4	1,0
<b>OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO</b>	<b>19,6</b>	<b>15,5</b>	<b>17,8</b>	<b>16,6</b>	<b>11,1</b>	<b>12,2</b>	<b>14,3</b>	<b>10,9</b>
Alma Career	12,3	8,2	9,0	7,7	5,1	3,7	5,5	4,8
Alma Consumer	5,0	6,7	6,5	7,3	3,4	4,9	4,6	2,8
Alma Talent	5,5	5,2	5,0	5,1	5,2	6,8	5,2	3,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-3,2	-4,5	-2,8	-3,5	-2,7	-3,1	-1,1	-0,5
<b>% LIIKEVAIHDOSTA</b>	<b>25,8</b>	<b>19,9</b>	<b>26,3</b>	<b>23,2</b>	<b>19,1</b>	<b>19,4</b>	<b>26,0</b>	<b>20,3</b>
Alma Career	46,0	34,0	41,2	38,6	31,5	24,2	35,5	35,3
Alma Consumer	20,4	24,8	27,8	27,5	19,6	25,2	27,5	17,9
Alma Talent	21,7	18,9	22,5	20,2	21,3	24,6	24,0	16,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>OIKAISTUT ERÄT</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,4</b>	<b>-3,6</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,0</b>	<b>-2,9</b>
Alma Career	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	-0,1	0,0
Alma Consumer	0,2	0,0	-0,4	0,0	0,0	-0,4	0,0	0,0
Alma Talent	-0,1	0,0	-0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	-3,6	-0,3	0,0	0,0	0,1
<b>LIIKEVOITTO/-TAPPIO</b>	<b>19,8</b>	<b>15,5</b>	<b>17,4</b>	<b>13,0</b>	<b>10,8</b>	<b>11,9</b>	<b>14,3</b>	<b>8,1</b>
Alma Career	12,3	8,2	9,0	7,7	5,1	3,8	5,4	4,8
Alma Consumer	5,3	6,7	6,1	7,3	3,4	4,4	4,6	2,8
Alma Talent	5,4	5,2	5,0	5,1	5,2	6,8	5,2	0,9
Kohdistamattomat toiminnot	-3,2	-4,5	-2,8	-7,1	-2,9	-3,1	-1,1	-0,4
Rahoitustuotot	2,0	0,2	0,0	0,3	0,0	-0,4	0,0	0,0
Rahoituskulut	1,6	0,1	0,6	0,7	0,5	0,3	0,2	0,7
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	-0,2	0,3	0,7	-0,1	0,0	-0,2	0,2	0,2
<b>TULOS ENNEN VEROJA</b>	<b>20,1</b>	<b>16,0</b>	<b>17,4</b>	<b>12,6</b>	<b>10,4</b>	<b>11,0</b>	<b>14,5</b>	<b>7,6</b>
Tuloverot	-4,0	-4,1	-2,8	-2,9	-2,2	-2,5	-1,9	-2,3
<b>TILIKAUDEN TULOS</b>	<b>16,0</b>	<b>11,8</b>	<b>14,6</b>	<b>9,7</b>	<b>8,1</b>	<b>8,5</b>	<b>12,6</b>	<b>5,3</b>

## Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS-standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2021. Vuonna 2022 voimaan tulleilla uusilla ja uudistetuilla IFRS-standardeilla ei ole ollut vaikutusta laatimisperiaatteisiin. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2021 kanssa.

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

## Vaihtoehtoiset tunnusluvut

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

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

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

Liikevoittoa oikaiseva erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaisuerinä liiketoimintojen tai 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–kesäkuulta 2022 keskiviikkona 20.7.2022 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2022 torstaina 20.10.2022 noin klo 8.00