

AL ma

VUOSIKERTOMUS

2022



Sisällys

03

Toimitusjohtajan katsaus

05

Avainlukuja

06

Alma Media lyhyesti

07

Alma Media sijoituskohteena

09Hallituksen
toimintakertomus***52**

Tilinpäätös*

124Selvitys hallinto- ja
ohjausjärjestelmästä**145**

Palkitsemisraportti

156

Vastuullisuusraportti

* Tilintarkastettu

TOIMITUSJOHTAJAN KATSAUS

Ennätysvuosi vastatuulesta huolimatta – joukkue hyvässä iskussa tuleviin haasteisiin

Vuosi 2022 oli yhtiölle liike-toiminnallisesti historiallisen vahva. Liiketoiminta kasvoi ja kannattavuutemme nousi kaikkien aikojen korkeimmalle tasolle, vaikka toimintaympäristömme oli poikkeuksellisessa turbulenssissa. Vahva suorituksemme on osoitus ketterydestä ja sopeutumiskyvystä sekä strategiamme toimivuudesta.

Kasvoimme laajalla rintamalla. Liikevaihto kasvoi 12,1 prosenttia 308,8 (275,4) milj. euroon rekrytointimarkkinoiden patoutuneen kysynnän purkautuessa sekä digitaalisen liiketoiminnan ja markkinapaikkojen vahvassa imussa. Alma Median markkinapaikat kasvoivat 24,2 %, media 5,7 % ja palvelut pysyivät lähellä vertailuvuoden tasoa (-1,3 %). Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 12,8 prosenttia. Oikaistu liikevoitto nousi 20 prosenttia 73,4 (61,1) miljoonaan euroon, 23,8 %:iin (22,2 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 80,1 (56,8) milj. euroa, 25,9 %:a (20,6 %) liikevaihdosta.

Hyvän tuloskehityksen ja vahvan kassavirran myötä paransimme vakavaraisuuttamme selvästi. Velkaantumisasteemme (gearing) oli vuoden lopulla 69,3 ja omavaraisuusasteemme 45,8 prosenttia.

Alma Careerin liikevaihto kasvoi 33,6 prosenttia 109,8 miljoonaan euroon ja oikaistu liikevoitto 41,7 prosenttia 42,5 miljoonaan euroon, mikä oli 38,8 prosenttia liikevaihdosta. Covid-19-tautitilanne helpottui eikä viranomaisen sulkutoimilla ollut enää merkittävää vaikutusta Alma Careerin asiakasyrityksiin, mikä näkyi vahvana asiakaslaskutuksena. Viiveellä liikevaihdoksi tuloutuva asiakaslaskutuksemme pitää rekrytointiliiketoiminnan liikevaihtokehitystä vahvana ainakin vielä vuoden 2023 ensimmäisellä vuosipuoliskolla. Rekrytointiportaaleillamme oli 10 maassa yhteensä 1,5 miljoonaa maksullista työpaikkailmoitusta. Kävijöitä portaaleissamme oli yhteensä 74 miljoonaa ja työpaikkavahteja 22 miljoonaa. Rekrytoimme Careerissa ahkerasti uusia työntekijöitä varsinkin alkuvuonna ja työntekijöiden määrä kasvoi 14,7 prosenttia.



Alma Consumerissa liikevaihto kasvoi 10,2 prosenttia 104,1 miljoonaan euroon ja digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 82,7 prosenttia. Medialiiketoiminnan liikevaihto kasvoi 8,8 prosenttia; sisälöt 11,4 % ja mainonta 7,6 %. Digitaalisen mainonnan osuus oli 90,1 % koko mainonnasta. Liikevaihdon orgaaninen kasvu oli 5,5 %. Ohjelmallisesti ostettu mainonta ja erityisesti autoilun ja liikkumisen sekä asumisen mainonta vetivät varsinkin alkuvuonna vahvasti, ennen kuin korkeasta inflaatiosta seurannut kulutuskysynnän muutos alkoi vaikuttaa.

Iltalehti jatkoi edelleen Suomen suurimpana digitaalisena uutismedianä. Kansallisen mediatutkimuksessa (KMT) käytettyjen virallisten FIAM-mittausten perusteella Iltalehteä luki verkossa joka viikko keskimäärin 2,87 miljoonaa suomalaista – reilusti yli puolet koko Suomen yli 16-vuotiaasta väestöstä. IL plus -palvelu, jossa lukija saa käyttöönsä kaikki lehden sisällöt, kasvatti tilaajakuntaansa yli 40 000:n ja printin irtolumeromyyntikin kasvoi. Nato-prosessiin liittyvässä uutisoinnissa lehti oli johtava uutismedia omilla uutisillaan, joita lainattiin laajasti myös ulkomaisissa medioissa.

Raportointivuonna integroitiin loppuun vuoden 2021 yritysostot (moottoriajoneuvojen markkinapaikka Nettix Oy ja digitaaliin markkinointiratkaisuihin erikoistunut Netello Systems Oy). Tuotekehitystyötä jatkettiin intensiivisesti, mistä kertoo myös henkilöstön 10,4 %:n kasvu.

Korkeasta inflaatiosta seurannut kulutuskysynnän muutos ja markkinan navakkinen vastatuuli iski erityisesti **Alma Talent**-segmenttiin, joka pystyi olosuhteet huomioiden hyvään suoritukseen. Liikevaihto väheni 3,3 prosenttia. Uusi rajapyykki saavutettiin digitaalisessa liiketoiminnassa: se kasvoi 3,0 prosenttiyksikköä 59 prosenttiin segmentin liikevaihdosta. Digitaalisten palveluiden kehitys oli vahvaa, vaikka mainonnan kasvu loppuvuodesta hidastui. Digitaalinen asuntokauppa on saavuttanut tukevan jalansijan Suomessa. Strategisesti tärkeä onnistuminen oli myös Alma Talent Palveluiden jatkuvastaloudellisten palveluiden 14,0 %:n kasvu muun muassa yritystiedon, juridiikan palveluiden ja markkinapaikkojen liikevaihdon kasvaessa.

Taloussuutiset kiinnostivat. Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan talouslehdistä suurin yleisö oli viikoittain ilmestyvällä Talouselämällä, joka tavoitti yhteensä 587 000 (kasvua 81 000) lukijaa eri kanavissaan. Tekniikka&Talous sai peräti 129 000 uutta lukijaa, kun uudet digitilaukset ajoivat 43 prosentin kasvua lukijamäärissä.

Segmentti kehittää vahvaa ja integroitunutta palvelukokonaisuutta täydentämään kannattavaa medialiiketoimintaa ja keskittyä digitaalisten tieto- ja sisältöpalveluiden sekä uusien dataa hyödyntävien palveluiden rakentamiseen. Se etsii uusia kasvumahdollisuuksia ammattilaisille ja

yrityksille suunnatuista tilattavista ja skaalautuvista digitaalisista palveluista.

Yrityskauppoja jatkettiin

Digitaalisia markkinointiratkaisuja tarjoavan Netello Systems Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Divestointimme jatkuivat myydessämme suomalaisesta työvoiman vuokrausta harjoittavasta ja rakennusalan työvoimavuokraukseen erikoistuneesta Bolt Group Oy:stä määräysvallattomien omistajien osuuden (21,05 prosenttia) ja telemarkkinointia Virossa ja Latviassa harjoittavasta Muugimeistrite A/S:n 80 %:n osuuden osakekannasta yhtiön toimivalle johdolle.

Toimintaympäristö oli turbulentti

Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan oli vuoden suuri shokki. Se vaikeutti myös talouden kehitystä koko Euroopassa ja toimintamaissamme kasvu hidastui loppuvuonna. Koronapandemian vaikutukset virusmuunnoksista ja vaihtelevasta tautitilanteesta huolimatta pienenivät muun muassa rokote kattavuuden parantuttua. Siirryimmekin etätyöpainotteisesta mallista joustavasti monipaikkaiseen työskentelymalliin. Henkilöstötyytyväisyys pysyi korkealla tasolla ja rimaa nostettiin edelleen kestävässä kehityksessä, muun muassa päästötavoitteita tiukentamalla.

Menestyneestä digitransformaatiosta kohti kehittyneempiä markkinapaikkoja

Yhtiön liikevaihdosta yli 80 prosenttia

tulee digitaalisesta liiketoiminnasta. Markkinapaikkaliiketoiminnan osuus liikevaihdosta on lähes puolet, medialiiketoiminnan osuus noin kolmannes ja palveluiden osuus noin viidennes. Medialiiketoiminnassa digitaalinen transformatio printistä digitaaliseen mediaan jatkuu. Markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnan osalta kehitysaskeleemme vievät kohti kehittyneempiä digitaalisia kaupankäyntialustoja. Haluamme auttaa asiakkaitamme asioimaan vaivatta ja sujuvasti verkossa ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa.

Haemme edelleen markkinajohtajuutta rekrytoinnin, asumisen ja liikkumisen painopistealueillamme. Monipuolistamme ja kehitämme uusia tulovirtoja nykyisillä palvelualueilla ja täydennämme alustoilla ydintarjontaamme uusilla, koko arvoketjua hyödyttävillä palveluilla.

Lämmin kiitos henkilökunnallemme sekä asiakkaillemme ja sidosryhmillemme luottamuksesta ja erinomaisesta yhteistyöstä vuonna 2022! Alman joukkue on hyvässä iskussa vuoden 2023 haasteisiin.

Tervetuloa tutustumaan vuosikertomukseemme, jonka kaikki valokuvamallit ovat totuttuun tapaan almalaisia eri puolilta organisaatiota.

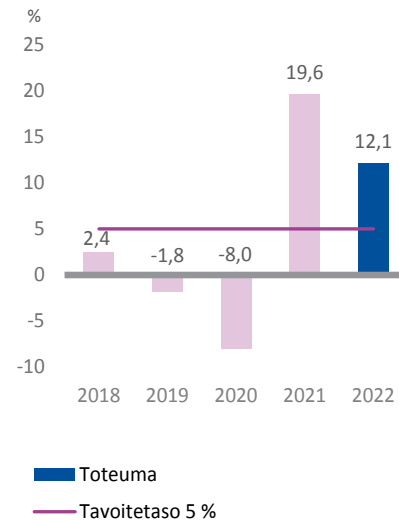
Kai Telanne

Toimitusjohtaja

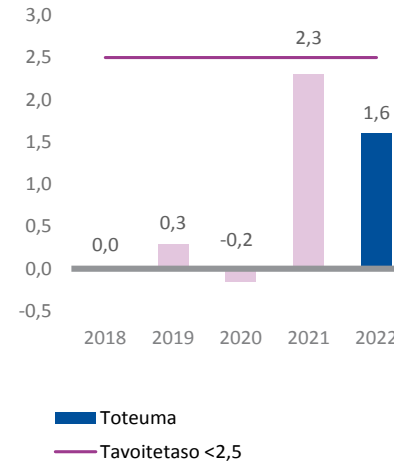
Avainluvut

Ohessa Alma Median keskeiset tunnusluvut sekä konsernin pitkän aikavälin strategiset tavoitteiden mukaiset seurantatulokset.

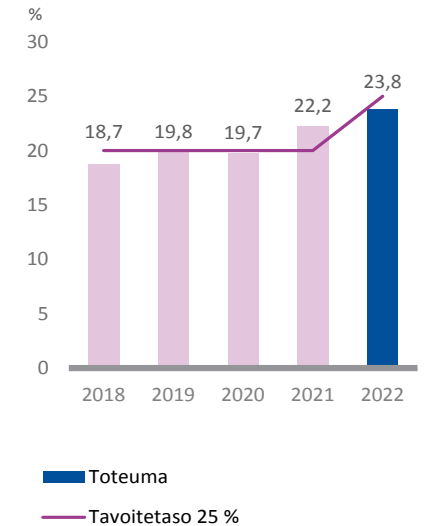
Liikevaihdon kasvu



Nettovelan ja käyttökatteen suhde*



Oikaistu liikevoittomarginaali



Liikevaihto

309

milj. euroa

Oikaistu liikevoitto

73

milj. euroa

Osakekohtainen
tulos

0,88

EUR

Henkilöstö
31.12.2022

1 679

ilman telemarkkinoijia

Digitaalisen liiketoiminnan
osuus liikevaihdosta

81 %

Oikaistu liikevoitto-%

24 %

Omavaraisuusaste

46 %

Scope 1 ja 2 -pääs-
töt

444

tCO₂-ekv

Alma Media lyhyesti

Alma Media on voimakkaasti uudistuva digitaaliseen palveluliiketoimintaan ja journalistisiin sisältöihin keskittyvä mediatyhtiö. Yhtiö rakentaa kestäväää kasvua mediasta palveluihin tarjoten sisältöjä ja palveluja, jotka hyödyttävät käyttäjiä arjessa, työssä ja vapaa-ajalla. Tuotteemme ovat alallaan johtavia media- ja palvelubrändejä. Tunnetuimpia brändejämme ovat muun muassa Kauppalehti, Talouselämä, Iltalehti, Nettiauto, Etuovi.com ja Jobly.

Alma Medialla on työntekijöitä 11 Euroopan maassa. Suomessa liiketoimintaamme kuuluvat talous- ja ammattimedit, valtakunnallinen kuluttajamedia, digitaaliset kuluttaja- ja yrityspalvelut, koulutukset sekä ammattikirjallisuuden julkaiseminen. Alman kansainvälinen liiketoiminta itäisessä Keski-Euroopassa, Ruotsissa ja Baltiassa koostuu rekrytointipalveluista ja toimitilojen markkinapaikasta.

Vastuullisuus on osa Alma Median jokapäiväistä työtä. Alma Median liiketoiminnan merkittävimmät vastuullisuusvaikutukset liittyvät yhtiön julkaisemiin mediasisältöihin ja digitaalisiin palveluihin vastuullisten valintojen mahdollistajana kuluttajille ja ammattilaisille. Korkea tietoturva ja tietosuojat sekä datan vastuullinen käsittely ovat liiketoimintamme kulmakiviä. Vastuullisuustyömme teemoja ovat nuorten parempi tulevaisuus ja hyvä työelämä sekä ilmastonmuutoksen hillitseminen.

Alma Median osake on listattu Nasdaq Helsingissä.

Alma Media toimii 11 Euroopan maassa.

Oman pääoman tuotto

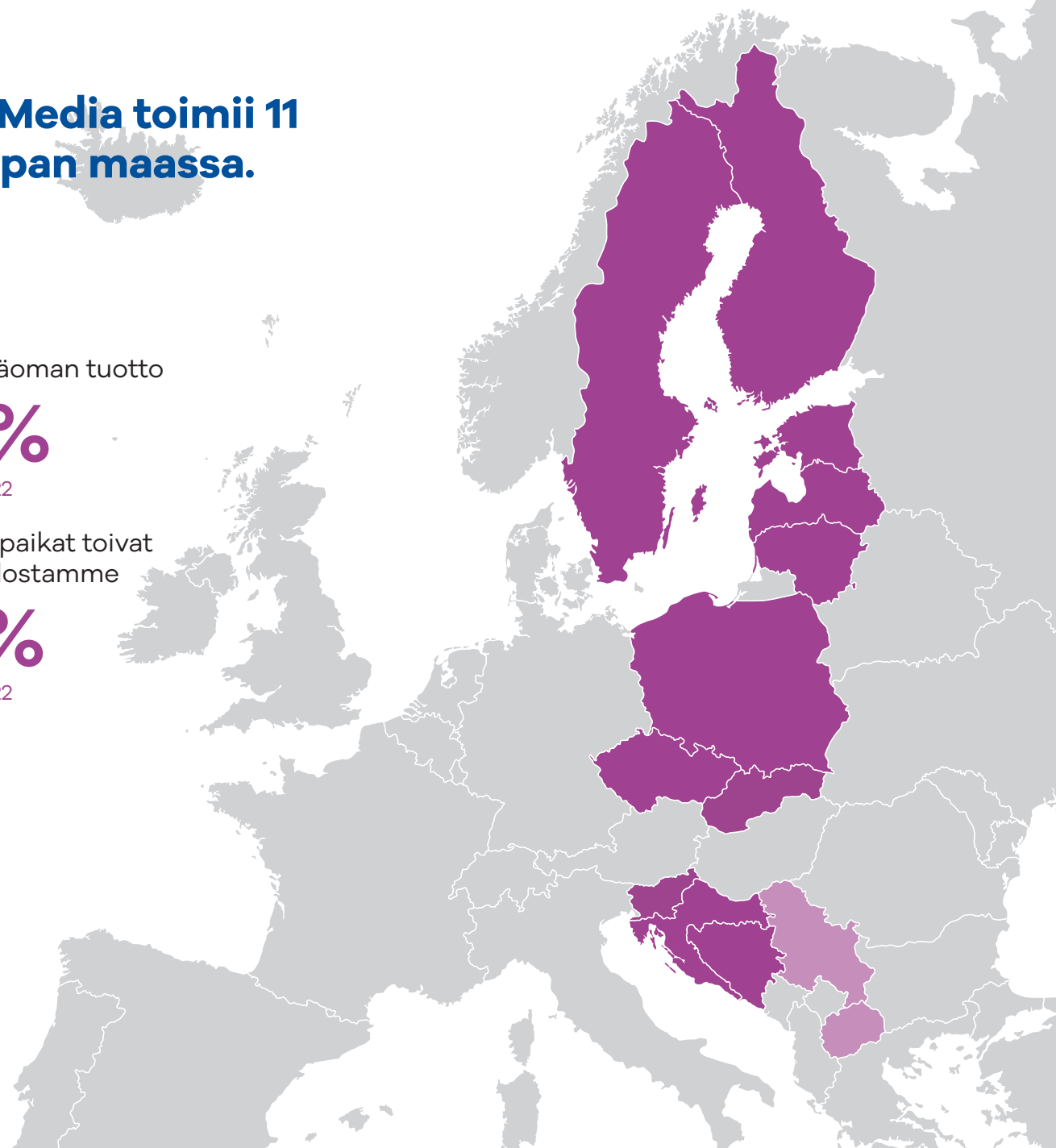
39%

vuonna 2022

Markkinapaikat toivat
liikevaihdostamme

47%

vuonna 2022



Miksi sijoittaa Alma Mediaan



Alma Median talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen

1.

Onnistunut digitransformaatio

Olemme keskittyneet strategiassamme kannattavan digikasvun luomiseen, ja meillä on vahvat tulokset kannattavan kasvun luomisesta. Muuntautuminen painettuun lehteen nojaavasta liiketoiminnasta kohti digitaalista media-, markkinapaikka- ja palveluyhtiötä on edennyt pitkälle. Digitaalinen liiketoiminta muodostaa jo 80 % liikevaihdostamme. Digitaaliset liiketoimintamallimme ovat kustannustehokkaita, skaalautuvia ja ne ovat mahdollistaneet laajentumisen lisäpalveluihin eri vertikaaleissa, kuten rekrytointipalveluissa, asumisessa ja autoilussa. Digitaalisten liiketoimintamallien ja datan hyödyntämisen avulla olemme voineet vahvistaa median, markkinapaikkaliiketoiminnan ja digitaalisten palveluiden välistä synergiaa.

2.

Johtava markkina-asema ja brändit

Meillä on omissa kohderyhmissämme johtavia media- ja palvelubrändejä ja niiden markkina-asema on vahva. Rekrytointiliiketoiminnassa olemme markkinajohtaja useissa itäisen Keski-Euroopan maissa. Suomessa talousmediat Kaupalehti ja Talouselämä sekä valtakunnallinen uutismedia Iltalehti tavoittavat yhteensä noin 80 % suomalaisista. Asumisen ja autoilun johtavat markkinapaikat, Etuovi.com, Nettiauto ja Autotalli.com kuuluvat palveluihimme. Lisäksi tarjoamme ammattilaisille ja yrityksille kattavasti sisältöjä liittyen yritystietoon, kiinteistötietoon, juridiikkaan, taloushallintoon, osaamiseen, johtamiseen ja markkinointiin. Mainostajille tarjoamme Suomen suurimman digitaalisen mainosverkoston.

3.

Vankka taloudellinen asema

Kustannustehokas liiketoimintamallimme sitoo vähän pääomaa. Ketterän liiketoimintamallimme ja kannattavan kasvumme kautta taloudellinen asemamme on hyvä, yrityshankintojen myötä kasvaneesta velkaantuneisuudesta huolimatta. Oman pääoman tuotto oli vuonna 2022 lähes 39 % ja likviditeettimme on hyvä. Alma Median hyvä osingonmaksukyky perustuu yhtiön vahvaan ja vakaaseen kassavirran tuottamiskykyyn. Tavoitteenamme on jakaa tilikauden tuloksesta keskimäärin yli puolet osinkoina.

Osakekurssin kehitys



ALMA MEDIA SIJOITUSKOHTENA

Tietoa osakkeenomistajille

Varsinainen yhtiökokous

Alma Media Oyj:n yhtiökokous pidetään tiistaina 4.4.2023 kello 12.00 Scandic Grand Central Helsingin Grand Ballroom -tilassa, osoitteessa Vilhonkatu 13, 00100 Helsinki. Kokoukseen ilmoittautuneiden vastaanottaminen ja äänestyslippujen jakaminen aloitetaan klo 11.00.

Osallistuminen

Osakkeenomistajat voivat käyttää äänioikeuttaan myös äänestämällä ennakkoon.

Yhtiökokoukseen ilmoittautuneiden osakkeenomistajien on mahdollista seurata yhtiökokousta verkkolähetyksen välityksellä. Ohjeet verkkolähetyksen seuraamiseen ovat saatavilla yhtiön internetsivuilla <https://www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/yhtiokokous/2023/>.

Avaintietoja Alma Median osakkeesta

MARKKINA	Nasdaq Helsinki Oy
TOIMIALA	Media
KAUPANKÄYNTI-TUNNUS:	ALMA
ISIN-TUNNUS:	FI0009013114

Verkkolähetyksen välityksellä ei ole mahdollista esittää kysymyksiä, tehdä vastaehdotuksia tai äänestää, eikä verkkolähetyksen välityksellä tapahtuvaa kokouksen seuraamista pidetä yhtiökokoukseen osallistumisena tai osakkeenomistajien oikeuksien käyttämisenä.

Ilmoittautuminen yhtiökokoukseen alkaa 13.3.2023 klo 9.00 alkaen.

Hallituksen esitys osingosta

Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2022 maksetaan osinkoa 0,44 euroa osaketta kohden. Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 6.4.2023 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon.

2022	
MARKKINA-ARVO	774,4 MILJ EUR
KORKEIN HINTA:	11,80 EUR
ALHAISIN HINTA:	7,78 EUR
PÄÄTÖSHINTA:	9,40 EUR

Yhtiökokoukseen ja osingon maksuun liittyviä tärkeitä päivämääriä vuonna 2023

23.3.	Yhtiökokouksen täsmäytyspäivä
4.4.	Varsinainen yhtiökokous
5.4.	Ehdotettu osingon irtoamispäivä
6.4.	Ehdotettu osingon täsmäytyspäivä
17.4.	Ehdotettu osingon maksupäivä

Taloudellisen raportoinnin kalenteri 2023

16.2.	Tilinpäätöstiedote 2022
21.4.	Osavuositarkastus tammi–maaliskuu 2023
19.7.	Puolivuosikatsaus tammi–kesäkuu 2023
19.10.	Osavuositarkastus tammi–syyskuu 2023

Alma Media noudattaa 30 päivän hiljaista jaksoa ennen tilinpäätöstiedotteen, puolivuositarkastusten ja osavuositarkastusten julkaisua.

Ajantasaista tietoa Alma Mediasta ja taloudellisesta kalenterista on saatavilla osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat.





Hallituksen toimintakertomus

Toimintaympäristön muutosajurit

HIDASTUVA TALOUSKASVU

- Kasvun hidastuminen toimintamaissa
- Korkean inflaation, energiahintojen ja markkinakorkojen vaikutukset kuluttajien ostovoimaan
- Suomen taloudessa pitkän aikavälin rakenteellisia haasteita

REKRYTOINTI

- Kasvava pula ammattitaitoisista osaajista
- Työvoima aiempaa liikkuvampaa
- Passiivisten työnhakijoiden tavoittelu kasvaa
- Freelancer- ja vuokratyövoiman käyttö nousussa

DIGITAALISEN MARKKINOINNIN JA MYYNIN RAKENTEELLINEN MUUTOS

- Kasvava digitaalisten alustojen rooli kaupassa koko myynnin ja markkinoinnin ekosysteemissä
- Teknisten toimittajien osuus digitaalisesta mainoskakausta kasvaa
- Digitaalisen mainonnan uudet muodot, kuten sisältömarkkinointi, videot ja visuaalinen haku, yhä vaikuttavampia markkinoinnissa

MUUTTUVA KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMINEN

- Digitalisaatio muuttaa kuluttajien käyttäytymistä pysyvästi
- Odotukset helppoon, aikaa säästävään ja turvalliseen digitaaliseen kokemukseen ja verkkokauppaan nousevat
- Yritysvastuu avainasemassa

ASUMINEN

- Vuokralla asuminen yleistyy
- Asumisen ekosysteemi digitalisoituu ja sähköinen kaupankäynti yleistyy
- Markkinapaikat muuttuvat lisäpalveluista asuntokauppojen ja palveluiden alustoiksi
- Rakentamisessa ja asumisessa hiilijalanjäljen pienentäminen ja kestävä kehitys nostavat edelleen merkitystään
- Korkeampi inflaatio ja markkinakorot vaikuttavat kielteisesti asuntokauppaan ja kuluttajien luottamukseen

TEKNOLOGIA & DATA

- Teknologian ja automaation korostuva merkitys kaikissa liiketoiminnoissa ja prosesseissa
- Datan omistajuus ja datalähtöisen kehityksen keskeisiä liiketoiminnan menestyksen ajureita
- Maailmanlaajuinen kamppailu lahjakkuuksista intensiivistä
- Kyberturvallisuus ja tietosuojayhä keskeisempiä kuluttajien odotusten, sääntelyvaatimusten ja maailmanlaajuisen turvallisuustilanteen heikkenemisen vuoksi

AUTOT JA LIIKKUMINEN

- Digitalisaatio muuttaa liikkumista ja autokauppaa
- Uudet käyttövoimat ohjaavat autokauppaa
- Jakamistalous kasvaa toimialalla
- Markkinapaikat kehittyvät kohti laajan valikoiman palveluiden kauppapaikkoja
- Komponenttihaasteet aiheuttavat häiriöitä uusien autojen toimitusketjuissa

SÄÄNTELY

- EU:n laajentuva datasääntely asettaa tiukkoja vaatimuksia dataa hyödyntäville liiketoiminnoille.
- EU-regulaation kehitys edellyttää jatkuvaa seuraamista, raportointia ja toimenpiteitä yrityksille
- Digitaalisten palvelujen kasvava suosio kasvattaa jatkuvasti käytetyn datan määrää

MEDIA

- Sisällöstä maksaminen yleistyy
- Luotettavan, faktoihin perustuvan tiedon tarve kasvaa edelleen
- Kilpailu kiristyy
 - mainosmarkkinoilla
 - kuluttajien ajasta ja rahasta
- Uutismedian tuotanto kehittyä data- ja automaatiovetoisemmaksi

JÄNNITTEET

- Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan on johtanut Euroopan laajuiseen energiakriisiin
- Epävarmuus poliittisesta ja taloudellisesta kehityksestä on suurta ja ennustaminen vaikeaa

Toimintaympäristön kuvaus

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Kantar TNS:n mukaan mainonnan kokonaismäärä nousi Suomessa vuonna 2022 yhteensä 1 328 miljoonaan euroon (1 276 milj. euroa). Kokonaismäärä nousi yli koronaa edeltävän vuoden 2019 tason.

Mainosmyynti laski painetuissa sanomalehdissä 7,2 %, aikakauslehdissä 11,3 %, mutta kasvoi verkkomediassa 4,5 %. Toimialoista mediamainontaansa lisäsivät eniten matkailun ja liikenteen, telepalveluiden, finanssialan ja vähittäiskaupan mainostajat. Merkkimainonta laski joulukuusta 2022 joulukuuhun 2021 verrattuna 8,3 %, vähittäiskaupan mainonta 3,7 %, luokiteltu ilmoittelu 7,9 % ja avoimien työpaikkojen ilmoittelu 26,6 %.

Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa 7,7 prosenttia (-9,5 %).

Venäjän hyökkäyssodan vaikutukset sekä hiipuva talouskasvu näkyivät toimintaympäristössä selvästi vuoden 2022 viimeisellä neljänneksellä. Euroopan talous kärsi muun muassa kauppapakotteista, toimitusketjujen häiriöistä ja raaka-ainesaatavuuden ongelmista. Energian, raaka-aineiden sekä ruoan hintojen nopea nousu jatkui, samalla kun markki-

nakorot kohosivat voimakkaasti. Näiden yhteisvaikutuksena kuluttajien luottamus, kotitalouksien ostovoima ja -kulu- tus laskivat. Pandemiaan liittyviä rajoituksia Euroopassa kuitenkin lievennettiin alkuvuonna ja lopulta poistettiin, mikä toisaalta piristi toimintaa palvelualoilla.

Euroopan keskuspankki EKP arvioi joulukuussa talouskasvun olleen vuonna 2022 euroalueella keskimäärin 3,4 %, mutta hidastuvan vain 0,5 prosenttiin vuonna 2023. Se arvioi BKT:n supistuvan hienoisesti sekä vuoden 2022 viimeisellä neljänneksellä että vuoden 2023 ensimmäisellä neljänneksellä, kun sodan aiheuttamat häiriöt energiantuonnissa ovat jatkuneet kaikkialla taloudessa.

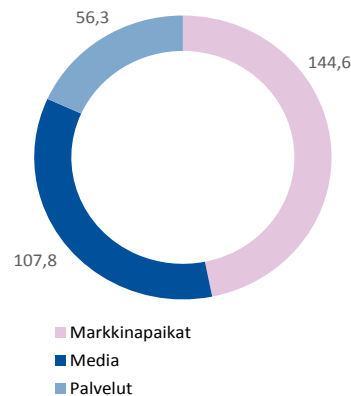
EKP ennusti keskimääräisen vuotuisen inflaatiovauhdin olleen 8,4 % viime vuonna, hidastuvan 6,3 %:iin tänä vuonna ja edelleen 3,4 %:iin vuonna 2024.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Euroopan Komissio on julkaissut viimeisimmät ennusteensa BKT:n kehityksestä 13.2.2023. Sen mukaan Suomen BKT:n kasvuvauhti oli vuonna 2022 2,0 % ja se hidastuisi tänä vuonna 0,2 %:iin, Tšekin 2,5 %:n vauhti putoaisi 0,1 %:iin ja Slovakiassa 1,7 %:n vaihtuisi 1,5 %:n kasvuvauhtiin.

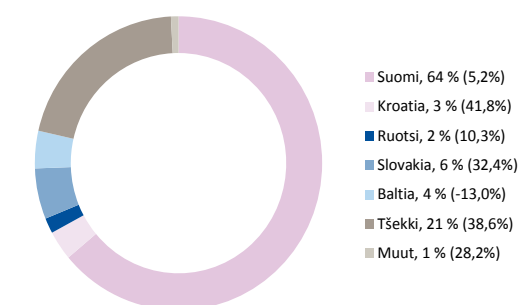
LIIKEVAIHTO milj. euroa

	2022 1–12	2021 1–12	Muutos %
Alma Career	109,8	82,2	33,6
Alma Consumer	104,1	94,5	10,2
Alma Talent	96,5	99,7	-3,2
Segmentit yhteensä	310,4	276,4	12,3
Kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-0,9	69,7
Yhteensä	308,8	275,4	12,1

Liikevaihdon jakauma 2022
MEUR



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 2022



OIKAISTU LIIKEVOITTO / -TAPPIO
milj. euroa

	2022 1-12	2021 1-12	Muutos %
Alma Career	42,5	30,0	41,7
Alma Consumer	24,4	23,9	1,8
Alma Talent	19,7	20,6	-4,0
Segmentit yhteensä	86,6	74,5	16,2
Kohdistamattomat toiminnot	-13,2	-13,4	1,6
Yhteensä	73,4	61,1	20,2

OIKAISTUT ERÄT
milj. euroa

	2022	2021
Alma Career		
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2	
Myyntivoitot ja -tappiot	6,2	
Alma Consumer		
Liiketoimintojen hankinnoista syntyneet tulosvaikutteiset erät		-0,4
Myyntivoitot ja -tappiot	0,2	
Alma Talent		
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1	
Myyntivoitot ja -tappiot	0,5	0,0
Kohdistamattomat		
Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen transaktiokulut		-4,1
Myyntivoitot ja -tappiot		0,2
Liikevoiton oikaistut erät	6,6	-4,3
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	6,6	-4,3

Komissio arvioi Suomen työttömyysasteeksi 7,2 %, Tšekin 3,3 % ja Slovakian 6,4 % vuonna 2023.

Konsernin liikevaihto ja tulos 2022

Alma Median liikevaihto kasvoi 12,1 % 308,8 (275,4) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -1,0 milj. euroa. Ilman myyjiä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 12,8 %. Liikevaihdon kasvuun vaikuttivat rekrytointikysynnän voimakas kasvu, yritysostot sekä digimainonnan kasvu.

Oikaistu liikevoitto oli 73,4 (61,1) milj. euroa, 23,8 % (22,2 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 80,0 (56,8) milj. euroa, 25,9 % (20,6 %) liikevaihdosta. Vuoden 2022 oikaistut erät muodostuivat liiketoiminnan myynneistä aiheutuneista myyntivoitoista, osakkuusyhtiö Bolt Group Oy:n osakkeiden myynnistä sekä toiminnan uudelleen järjestelyistä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin ja -tappioihin sekä yrityshankintojen transaktiokuluihin.

Liikevaihto kasvoi**12,1%**

Kokonaiskulut kasvoivat 7,2 % 236 milj. euroon. Kulujen kasvu liittyi yritysostoihin sekä digitaalisen liiketoiminnan kehityspanosten kasvuun ja markkinointi- ja henkilöstökuluihin. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 17,2 (16,7) milj. euroa. Vuoden 2022 tulos oli 71,9 (44,3) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,88 (0,53) euroa per osake.

Tase ja rahoitusasema

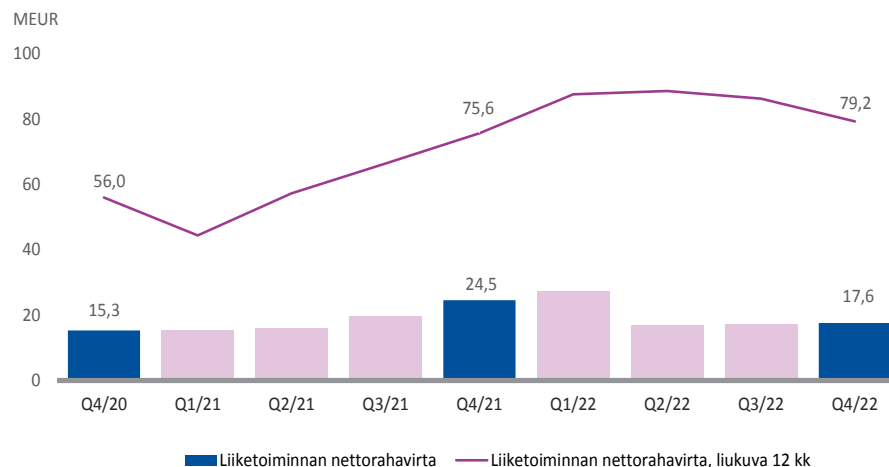
Taseen loppusumma oli joulukuun 2022 lopussa 495,2 (518,4) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli joulukuun lopussa 45,8 % (34,7 %) ja oma pääoma osaketta kohden 2,48 (1,99) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta vuonna 2022 oli 79,2 (75,6) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani edellisestä vuodesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen myötä huolimatta käyttöpääoman kasvusta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli vuonna 2022 76,2 (-162,3) milj. euroa.

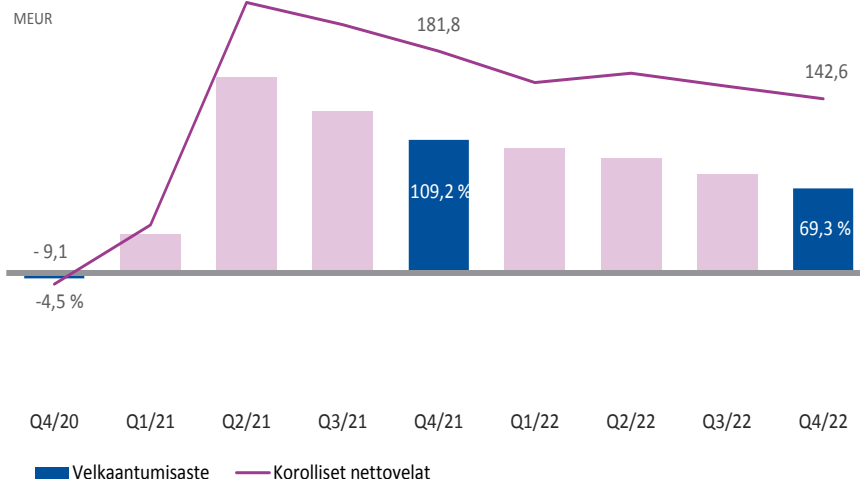
Alma Media sopi joulukuussa 2021 uuden 200 milj. euron rahoituslainajärjestelyn. Sillä korvattiin käytössä ollut väliaikainen ja yrityshankintoja varten otettu rahoitus-sopimus. Uudella sopimuksella on 36 kuukauden maturiteetti. Vuoden 2022 aikana pitkäaikaista lainaa on lyhennetty 60 milj. euroa. Lisäksi uuteen rahoituspakettiin kuuluu myös 30 milj. euron luottolimiittisopimus ("RCF"). Uutta luottolimiittiä käytetään konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin ja 31.12.2022 se oli kokonaan käyttämättä.

Luottolimiitin maturiteetti on 48 kuukautta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 31.12.2022.

Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR, sisältäen jatkuvat ja lopetettut toiminnot



Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste, sisältäen lopetettut toiminnot



Alma Medialla on 100 milj. euron yritys-todistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelmasta oli käytetty 2 milj. euroa 31.12.2022. Alma Medialla oli vuoden 2022 lopussa korollisia velkoja yhteensä 172,7 (233,7) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 142,6 (181,8) milj. euroa.

Alma Medialla oli yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 0,2 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 9,9 milj. euroa.

Yhtiö allekirjoitti joulukuussa 2021 korkojohdannaisopimuksen. Tämä sopimus on luonteeltaan joulukuussa 2023 alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Johdannaisen nimellisarvo on 50 milj. euroa ja siitä vuonna 2022 syntynyt 5,2 milj. euron positiivinen käyvän arvon muutos on kirjattu rahoitustuottoihin.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuonna 2022 yhteensä 18,3 (247,1) milj. euroa. Investoinnit koostuivat Toimitilat.fi:n liiketoiminnan hankinnasta, normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista, sekä IFRS 16 mukaisista vuokrasopimusvelkojen lisäyksistä.

Tutkimus- ja kehittämismenot

Konsernilla oli tutkimus- ja kehittämismenoja vuonna 2022 yhteensä 7,6 milj. euroa (4,6 milj. euroa). Tuloslaskelmaan tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin yhteensä 5,6 milj. euroa (3,6 milj. euroa) ja taseeseen aktivoitiin vuonna 2022 kehittämismenoja 1,9 milj. euroa (1,0 milj. euroa). Yhteensä taseessa 31.12.2022 on aktivoituja kehittämismenoja 3,7 milj. euroa (2,2 milj. euroa).

Liiketoimintasegmentit vuonna 2022

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

Alma Career

Vuonna 2022 Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 33,6 % ja oli 109,8 (82,2) milj. euroa. Liikevaihto ja kannattavuus olivat ennätystasolla rekrytointipalveluiden ja rekrytinnin muiden lisäarvopalveluiden voimakkaan kysynnän myötä.

Vuoden 2022 aikana kokonaiskulut kasvoivat 28,6 % 67,4 milj. euroon kasvaneiden henkilöstö- ja ICT-kulujen johdosta. Lisäksi markkinointipanostuksia lisättiin merkittävästi erityisesti rekrytointiporaaalien kävijäliikenteen hankintaan. Keskeisissä toimintamaissa kuluja kasvatti myös korkealle tasolle noussut inflaatio.

Oikaistu liikevoitto oli vuonna 2022 42,5 (30,0) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 38,8 % (36,6 %) liikevaihdon. Segmentin liikevoitto oli 48,5 (30,0) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat osakkuusyritys Bolt Group Oy:n osakkeiden myynnistä syntyneestä myyntivoitosta ja toiminnan uudelleenjärjestelystä. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Consumer

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 10,2 % vuonna 2022 ja oli 104,1 (94,5) milj. euroa. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 4,5 milj. euroa. Liikevaihdon orgaaninen kasvu oli 5,5 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdon oli 82,7 % (81,0 %).

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto kasvoi vuonna 2022 11,5 %. Kasvuun vaikutti kaikkien osa-alueiden hyvä kehitys. Asumisen järjestelmät ja mainonta Etuovi.com- ja Vuokraovi.com-palveluissa kasvoivat. Etuovi.com-palvelussa myytävien asuntojen aktiivisia ilmoituksia oli 0,5 % vähemmän vertailuajankohtaan verrattuna. Haut, eli myytävien asuntojen kysyntä, laski vertailuajankohtaan nähden 17,6 %; varsinkin ensimmäisen vuosineljänneksen jälkeen tunnelma synkistyi muun muassa nousseiden markkinakorkojen ja laskevien kuluttajien luottamuksen johdosta. Uusien myynti-ilmoitusten määrä kasvoi 2,6 %. Vuokraovi.com-palvelussa vuokra-asuntojen hakujen määrä laski 5,2 % ja aktiivisten vahtien määrä laski 8,4 % ja palvelun ilmoitusten määrä laski 0,8 % edellisvuoden tasolta.

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

Media- ja mediallysten palveluiden liikevaihto kasvoi 8,3 %. Vertailukelpoinen digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti, yhteensä 2,4 milj. euroa (8,2 %). Toimialoista etenkin vähittäiskauppa vauhditti mainonnan kasvua.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 12,4 % ja olivat 79,8 (71,0) milj. euroa. Kulu-

Alma Careerin liikevaihto ja kannattavuus olivat ennätystasolla

jen kasvuun vaikuttivat yrityshankinnat, panostukset tuotekehitykseen ja markkinointiin sekä merkittävä painatuskulujen nousu. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 24,4 (23,9) milj. euroa, 23,4 % (25,3 %) liikevaihdon. Segmentin liikevoitto oli 24,6 (23,5) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntivoitosta. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta.

Alma Talent

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski vuonna 2022 3,2 % ja oli 96,5 (99,7) milj. euroa. Liikevaihdon laskuun vaikutti myyty Baltian liiketoiminta 5,4 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi 2,4 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdon oli 59,0 % (55,4 %).

Talent Median sisältöliikevaihto kasvoi 2,3 % digitaalisten sisältötuottojen 9,8 %:n kasvun ansiosta ja ylittäen painetun me-

dian liikevaihdon 4,2 %:n laskun. Mainonta laski 3,5 %, mihin vaikutti muun muassa listautumismainonnan voimakas hiljentyminen edellisvuodesta.

Talent Palveluiden liikevaihto oli edellisvuoden tasolla. Kasvua saatiin aikaan yritystiedon ja juridiikan jatkuvalaskutteisissa palveluissa sekä markkinapaikkojen myynnissä. Liikevaihto laski kirja- ja koulutusliiketoiminnassa. Oikaistu liikevoitto kasvoi 1,2 % ja oli 7,4 (7,3) milj. euroa. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 82,9 % (83,2%).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto ilman myytyjä liiketoimintoja oli vertailukauden tasolla.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 76,8 (79,6) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 19,7 (20,6) milj. euroa ja liikevoitto 20,1 (20,5) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntitappioon.

Alma Median strategia

Alma Media rakentaa kestäväää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen. Tavoitteena on yhtiön omistaja-arvon kasvattaminen liikevaihdon kasvun ja kannattavuuden parantamisen kautta. Alma Media kehittää ja laajentaa nykyistä liiketoimintaansa ja etsii kasvumahdollisuuksia uusilta liiketoiminta- ja markkina-alueilta.

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

Alma Median strategiaan kuului raportointivuonna muuttuvaan mediankäyttöön sekä digitaalisten palveluiden kysyntään vastaaminen tarjoamalla sisältöjä ja palveluja, jotka tuottavat käyttäjilleen arvoa arjessa, työssä ja vapaa-ajalla. Strategian keskiössä olivat markkinapaikkaliiketoiminnan kasvattaminen Suomessa ja kansainvälisesti, ammattilaismedian ja ammattilaisille suunnattujen palveluiden laajentaminen sekä valtakunnallisen monikanavaisen kuluttajamedian ja -palveluiden kehittäminen.

Viime vuosien digitaaliseen transformatioon perustuva strategia on ollut onnistunut: yhtiön liikevaihdosta suurin osa tulee nyt digitaalisista lähteistä ja digitaalisen liiketoiminnan osuus on jo ylittänyt 80 prosenttia. Markkinapaikkaliiketoiminnan osuus liikevaihdosta on lähes puolet, medialiiiketoiminnan osuus

noin kolmannes ja palveluiden osuus noin viidennes. Medialiiiketoiminnassa digitaalinen transformaatio painetusta mediasta digitaaliseen mediaan jatkuu. Markkinapaikka- ja palveluliiiketoiminnan osalta kehitysaskleet etenevät seuraavalle tasolle ja kohti kehittyneempiä kaupankäyntialustoja.

Digitalisaation trendi jatkuu ja sitä ohjaa teknologian kehitys ja kuluttajakäyttäytymisen muutos. Digitaalinen liiketoiminta kehittyy vastaamaan palveluiden käyttäjien odotuksia. Kilpailutilanne kiristyy edelleen, kun yhä useammat kansainväliset teknologiajätit ja uudet, markkinaa disruptoivat toimijat haastavat paikalliset toimijat.

Alma Media valmistautuu markkinoiden muutoksiin ja jatkaa strategian kolmen painopisteen toteuttamista: 1) digitaalisen transformaatio 2) digitaalisen liiketoiminnan kasvu ja 3) kansainvälistyminen.

Tavoitteenamme on vahvistaa nykyistä liiketoimintaamme rekrytoinnin, ammattimedial ja -palveluiden sekä kuluttajamedial ja -palveluiden alueilla. Käyttäjien kiinnostus asiointiin ja kaupankäyntiin verkossa kasvaa, myös kotitalouksien suurempien hankintojen osalta.

Ostoprosessien digitalisoituessa otamme strategisen askeleen kehittääksemme

80 %

Alma Median liikevaihdosta tulee digitaalisista liiketoiminnoista

markkinapaikkamme luokitellun listaus-ilmoittelun palveluista kehittyneiksi digitaalisiksi alustoiksi. Tavoitteena on auttaa sekä loppukäyttäjiamme että B2B-kumppaneitamme asioimaan vaivatta ja sujuvasti verkossa ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa. Esimerkkejä näistä uusista palveluista ovat liikkuamisen osalta muun muassa autokaupan paperityöt ja maksaminen sähköisesti, älypuhelimella hoituvat Helpot Kaupat -malli ja 2023 ensimmäisellä vuosineljänneksellä aloitettava digitaalinen käytettyjen autojen huutokauppa. Asumisen osalta vastaavia esimerkkejä ovat muun muassa OviPRO-palvelukokonaisuus, sähköiset työkalut asuntokaupan kaikkiin vaiheisiin

sekä Asuntoneuvos, eli vuokrasuhteen digitalisoinnin työkalut ja ajantasainen markkinatieto asuntosijoittamisen tueksi.

Haemme markkinajohtajuutta rekrytoinnin, asumisen ja kiinteistöjen sekä autoilun ja liikkumisen alueilla. Monipuolistamme tulovirtoja nykyisillä palvelualueilla ja täydennämme tarjontaamme uusilla, synergiaa tuottavilla palveluilla. Jatkamme rekrytointiliiketoimintojemme kansainvälistymispolkua ja etsimme myös uusia mahdollisuuksia nykyisiltä markkinoilta. Kasvua vauhditetaan organisaation kehityksen lisäksi yritysostoilla.

Tehokas reagointi kiristyvään kilpailuun ja muuttuvaan toimintaympäristöön edellyttää aktiivista yhteistyötä ja tiedon jakamista konsernin ja toimialojen sisällä. Olemme käynnistäneet Career United -integraatioprojektin, jonka tavoitteena on vauhdittaa kasvua ja innovaatioita sekä turvata Alma Career -liiketoimintojen markkina-asemat johtavina rekrytointipalveluina. Segmenttien ja liiketoimintojen välinen yhteistyö Suomessa jatkuu ja synergiaetuja haetaan yhteisessä mainosmyynnistä, data- ja teknologiaosaamisesta sekä yleisökehityksestä.

Talouskasvu hidastuu toimintamaissamme

Ukrainan sota on vaikeuttanut talouden kehitystä koko Euroopassa ja toimintamaissamme on näkynyt kasvun hidastumista. Toimintamaidemme talouskasvun odotetaan heikkenevän ja joissakin maisa odotetaan jopa taantumaa vuonna 2023. Myös geopoliittiset riskit ovat kasvaneet toiminta-alueillamme. Poliittisen ja taloudellisen kehityksen epävarmuus on merkittävää ja ennustaminen on vaikeaa. Vaikka pitkän aikavälin trendit, kuten digitalisaatio, tukevat liiketoimintamme kehitystä koko strategiakauden ajan, yhtiö varautuu epävarmuuden aikaan ja

heikentyvän talouskasvun erilaisiin skenaarioihin huolellisella suunnittelulla ja riskienhallinnalla.

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Alma Median hallituksen asettamat konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet liittyvät liiketoiminnan kasvuun, kannattavuuteen ja vakavaraisuuteen. Ne perustuvat näkemykseemme 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

Muutokset konsernirakenteessa

Joulukuussa 2021 Alma Median tytäryhtiö Alma Media Suomi Oy sopi kaupasta, jolla se myi nettitreffipalvelu E-kontaktin City Digital -konsernille. Liiketoiminta siirtyi uudelle omistajalle 1.1.2022. Kaupasta muodostui 0,2 milj. euron myyntivoitto.

Alma Media Oyj:n tytäryhtiö Alma Career Oy sai päätökseen suomalaisen työvoiman vuokrausta harjoittavan Bolt Group Oy:n osakkuusyhtiö osuuden myymisen. Kauppa julkistettiin 21.2.2022 ja se toteutui

YDINLIIKETOIMINNAN TRANSFORMAATIO	• Toiminnan edelleen laajentaminen mediasta markkinapaikkoihin ja digitaalisiin palveluihin • Markkinapaikkojen kehittäminen kohti digitaalisia kaupankäyntialustoja • Yhteistyön ja synergian vahvistaminen yhtiön ja segmenttien sisällä
DIGITAALINEN KASVU	• Uusien tulovirtojen kehittäminen ja monipuolistaminen nykyisillä palvelualueilla • Laajentuminen arvoketjussa uusille nykyliiketoimintaa täydentäville liiketoiminta-alueille
KANSAINVÄLISTYMINEN	• Uusille maantieteellisille alueille laajentuminen kasvun kiihdyttämiseksi • Liiketoiminnan laajentaminen nykyisillä maantieteellisillä alueille

muun muassa Kilpailu- ja kuluttajaviraston hyväksyttyä järjestelyn 1.4.2022. Kaupasta muodostui 6,2 miljoonan euron myyntivoitto, joka on käsitelty tulostulotusvai-
kutteisena ja oikaistuna eränä toisella vuosineljänneksellä.

Huhtikuussa 2022 Alma Talent Oy:n tytäryhtiö Suoramarkkinointi Mega Oy sopi kaupasta, jolla se myi omistamansa 80 %:n osuuden Muugimeistrite A/S:n osakekannasta yhtiön toimivalle johdolle. Kaupasta muodostui 0,5 milj. euron myyntivoitto.

Toukokuussa 2022 Netello Systems Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Aiemmin Alma Media omisti yhtiöstä 60 prosenttia.

Joulukuussa 2022 Alma Median tytäryhtiö Alma Talent Oy sopi vuokrattavien toimitilojen markkinapaikan Toimitilat.fi:n liiketoiminnan ostamisesta Talso Oy:ltä. Kauppa toteutettiin liiketoimintakauppana 1.1.2023.

Alma Median liiketoiminta-segmenttien strategiat ja niiden toteutus tilikauden aikana

Alma Career

- Johtavat rekrytointipalvelut itäisessä Keski-Euroopassa: mm. Jobs.cz, Prace.cz, Profesia.sk, MojPosao.net ja MojPosao.ba sekä Suomessa Jobly.fi.

- Seduo-verkkokoulutuspalvelu sekä mobiilipalvelu Prace za rohem.
- Toimii Suomen lisäksi yhdeksässä Euroopan maassa.

Alma Career -segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Jobs.cz, Prace.cz, Cv.ee, Cvonline.lv, Cv.lt, Profesia.sk, MojPosao.net, MojPosao.ba ja Jobly.fi. Segmentin tavoitteena on työpaikkailmoittelun vahvistamisen lisäksi liiketoiminnan laajentaminen uusiin työhakua ja työnantajien tarpeita tukeviin palveluihin, kuten työpaikkailmoitteluun liittyvään teknologiaan, digitaalisiin henkilöstöpalveluihin ja koulutukseen.

Työpaikkailmoitteluun liittyvässä liiketoiminnassa keskitytään lisäämään palveluiden houkuttelevuutta ja vahvistamaan niiden kilpailukykyä jakamalla tietotaitoa, teknologiaa ja parhaita käytänteitä Alma Career -maiden kesken. Mahdollisia kasvualueita rekrytointiliiketoiminnassa ovat: 1) disruptiiviset työpaikkailmoitteluun liittyvät teknologiat ja palvelut, 2) digitaaliset henkilöstöpalvelut ja 3) ammatillinen koulutus.

Alma Career Oy on kokonaisuudessaan Alma Media Oyj:n omistama tytäryhtiö. Selkeä omistusrakenne tukee Alma Career -rekrytointiliiketoiminnan kehittämistä Alma Median strategian mukaisesti. Alma Career Oy on toiminut emoyhtiönä Alma Career -konsernissa, johon kuuluu rekrytointipalveluita harjoittavat yhtiöt kymmenessä Euroopan maassa.

Alma Median digitaalinen rekrytointipalvelu Jobly.fi lanseerattiin katsauskauden aikana. Se tarjoaa ensimmäisenä Suomessa uuden sukupolven palvelualueen, joka huomioi rekrytointilanteessa kokonaisvaltaisesti hakijan kyvyt eli koulutuksen, osaamisen ja kokemuksen lisäksi myös hakijan yksilölliset ominaisuudet ja sosiaaliset vahvuudet, kuten vuorovaikutustaidot. Palvelualueen algoritmipohjainen luokittelu tehostaa ja nopeuttaa rekrytointiprosessia yhä kohdennetumpien hakutuloksien kautta. Jobly tuo työnhakijoiden käyttöön myös riippumatonta tietoa yritysten vaikuttavuudesta ensimmäisenä työnhakupalveluna maailmassa.

Alma Career julkaisi toimintamaissaan työpaikkaportaali Workania.eu:n ukrainalaisille työnhakijoille. Alma Careerin Tšekin ja Slovakian maaorganisaatioiden yhteistyössä luoma portaali kokoaa Alma Careerin toimintamaiden rekrytointisivustoilta ukrainalaisille sopivat työpaikat yhteen palveluun.

Alma Career Oy myi omistamansa 21,05 prosenttia suomalaisen rakennusalan työvoimavuokraukseen erikoistuneen yrityksen, Bolt Group Oy:n, osakkeista suomalaisen pääomasijoitusyhtiön Vaaka

Partnersin, Bolt Group Oy:n toimivan johdon ja henkilöstön muodostamalle uudelle perustettavalle yhtiölle.

Career United -hanke eteni suunnitellusti. Se syventää sisäistä yhteistyötä sekä tehostaa tuotekehitystä, yhteisen teknologian ja innovaatioiden laajempaa käyttöä.

Alma Consumer

- Valtakunnallinen, suuri suomalainen monikanavainen uutismedia ja monipuolinen lifestyle-media Iltalehti, joka tavoittaa noin kolme miljoonaa suomalaista viikossa.
- Useita markkinapaikkoja kuluttajille ja yrityksille, kuten asumisen markkinapaikat Etuovi.com ja Vuokraovi.com sekä liikkumisen markkinapaikat Nettiauto.com, Nettimoto.com, Nettikone.com ja Autotali.com.
- Kannattavasti kasvavat kilpailutuspalvelut, kuten Etua.fi, Urakkamaailma.fi, Muuttomaailma.fi, Autojerry.fi ja Katsastushinnat.fi.
- Asuntokaupan ja autokaupan toimiala-asiakkaita palvelevat myynnin järjestelmät.
- Toimii Suomessa.

Segmentin kilpailukyky perustuu median ja palveluiden kattavaan tavoitavuuteen digitaalisena verkostona, käyttäjädataväranä ja kehittyviin toimialavertikaaleihin mediassa, asumisessa, autoilussa ja vertailupalveluissa. Strategian keskiössä

on vahva, suuren tavoitavuuden digitaalinen uutismedia, jolla on kasvava ja sitoutunut yleisö ja jonka lukijoista yhä suurempi osa on rekisteröityneitä käyttäjiä.

Lisäksi Alma Consumerin tavoitteena on mediasynergisten, kuluttajien arkea tai vapaa-aikaa helpottavien digitaalisten palveluiden vahvistaminen sekä organisesti että yritysjärjestelyjen kautta. Liiketoimintasegmentin strategiaan kuuluvat myös kirjautuneen käytön nopea edistäminen (Alma-tunnus) ja maksullisen toimitetun sisällön kasvattaminen (Ilta-lehti Plus -palvelu). Rekisteröityneen käyttäjän suostumuksella kerätty data tarjoaa monipuoliset kohdentamiskäytöt myös mainontaan.

Alma Consumer jatkaa strategiansa mukaisesti panostamalla digimediaan, -mainontaan sekä -palveluihin. Uusia digimainonnan kasvualueita ovat tarjoaman kehittäminen sekä sisältömarkkinoinnin ratkaisut. Ostoprosessien digitalisoinnissa segmentin markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnan osalta kehityskäytöt etenevät seuraavalle tasolle, kohti kehittyneempiä digitaalisia kaupankäyntialustoja. Tavoitteena on auttaa asiakkaita asioimaan vaivatta ja sujuvasti verkossa ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa. Esimerkkejä näistä uusista palveluista Alma Consumerissa ovat liikumisen osalta muun muassa autokaupan

paperityöt ja maksaminen sähköisesti, älypuhelimella hoituvat Helipot Kaupat -malli ja vuoden 2023 ensimmäisellä vuosineljänneksellä aloitettava digitaalinen käytettyjen autojen huutokauppa. Asumisen osalta vastaavia esimerkkejä ovat muun muassa sähköiset työkalut kaikkiin asuntokaupan vaiheisiin tarjoava OviPRO-palvelukokonaisuus sekä vuokrasuhteen digitalisoinnin työkalut ja ajantasaisen markkinatiedon tarjoava Asuntoneuvos.

Raportointivuonna digitaalisia markkinointiratkaisuja erityisesti pienille ja keskiuurille yrityksille tarjoavan Netello Systems Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Aiemmin Alma Media omisti 60 prosenttia yhtiöstä. Joulukuussa 2021 treffipalvelu E-kontaktin liiketoiminta myytiin City Digital -konsernille ja liiketoiminta siirtyi uudelle omistajalle 1.1.2022.

Alma Talent

- Tilattavat digitaaliset sisältömediat. Alma Talent julkaisee Suomen johtavaa talousmediaa, Kauppalehteä sekä muita talous- ja ammattimediaa, mm. Talouselämä, Tekniikka&Talous, Tivi, Medi uutiset ja Arvopaperi.
- Digitaaliset tieto- ja markkinapaikkapalvelut. Alma Talent Palvelut tarjoaa ammattilaisille ja yrityksille kattavasti tietoa yrityksistä ja kiinteistöistä sekä juridiikan ja johtamisen sisäl-

löistä. Lisäksi palveluihin kuuluvat toimitilojen markkinapaikat Suomessa ja Ruotsissa sekä digitaalisen asuntokaupan alusta, Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy.

- Suoramarkkinointi Mega toimii telemarkkinoinnin palvelujen tarjoajana useiden eri toimialojen asiakkaille Suomessa.
- Toimii Suomessa ja Ruotsissa.

Alma Talentin liiketoiminta jakautuu kahden kokonaisuuteen: talous- ja ammattimediaan Suomessa sekä yrityksille ja ammattilaisille suunnattuihin digitaalisiin palveluihin. Alma Talent kehittää vahvaa ja integroitunutta palvelukokonaisuutta täydentämään kannattavaa mediaaliiketoimintaa sekä kasvattaa entisestään jatkuvaa, lisenssipohjaista liikevaihtoa.

Alma Talent Media tuottaa hyötysisältöjä kehittäen jatkuvasti niiden lukijakokemusta, tilauspaketoitua sekä niiden ympärille syntyviä mainostuotteistuksia. Panostukset tuotekehitykseen auttavat kasvattamaan ja monipuolistamaan medioiden yleisöjä.

Alma Talent Palvelut keskittyy digitaalisen tieto- ja sisältöpalveluiden kehittämiseen sekä uusien dataa hyödyntävien palveluiden rakentamiseen. Se rakentaa uuden sukupolven juridiikan tietopalvelua ja laajentaa tuoteportfolioa digitaalisiin compliance- ja sales intelligence

-ratkaisuihin. Alma Talent panostaa myös markkinaosuuden kasvattamiseen kaupallisten kiinteistöjen markkinapaikkaliiketoiminnassa Pohjoismaissa sekä kehittää digitaalisen asuntokaupan palveluita yhdessä pankkien ja kiinteistönvälittäjien kanssa.

Segmentti etsii uusia kasvumahdollisuuksia ammattilaisille ja yrityksille suunnatuista tilattavista ja skaalautuvista digitaalisista palveluista:

- Jalostamme yritystiedosta uusia palveluita tukemaan asiakkaiden myynnin, strategisen johtamisen sekä riskienhallinnan prosessia. Hyödynnämme konsernin tietosisältöjä laajasti (mm. talousmedian uutissisällöt ja signaalit).
- Uuden sukupolven juridiikan palvelut kokoavat asiakkaalle relevantin juridisen sisällön yhdeksi helppokäyttöiseksi kokonaisuudeksi. Kysyntä compliance-palveluita kohtaan kasvaa tulevaisuudessa.
- Toimitilojen markkinapaikkaliiketoiminnassa uudistamme alustan vastaamaan asiakkaidemme monipuolisiin tarpeisiin Suomessa ja Ruotsissa ja laajennamme digitaalisia palveluita end-to-end-prosessin eri vaiheisiin.
- Digitaalisen asuntokaupan alusta yhdistää asunnon ostajan, myyjän, kiinteistönvälittäjän ja pankin yhteiseen järjestelmään. Sen piirissä on yli

3 000 kiinteistönvälittäjää ja asunto-luottoja myöntävä pankkisektori lähes kokonaisuudessaan. Alma Talent omistaa 80,5 prosenttia Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy:stä.

Alma Talent sopi katsauskaudella vuokrattavien toimitilojen markkinapaikan Toimitilat.fi:n liiketoiminnan ostamisesta 1.1.2023 Talso Oy:ltä. Katsauskaudella Alma Talent Oy:n tytäryhtiö Suoramarkkinointi Mega Oy myi omistamansa 80 %:n osuuden Muugimeistrite A/S:n osakekannasta yhtiön toimivalle johdolle.

Alma Mediaratkaisut

Alma Mediaratkaisut -yksikkö palvelee mainostajia Alma Media -tasoisten mediaynnin tuotteiden kehitys-, markkinointi- ja myyntityössä. Sen tehtävänä on paneutua asiakkaiden markkinointiviestinnällisiin haasteisiin ja tarjota niihin kokonaisratkaisuja myös perinteisen mediamainonnan ulkopuolisin keinoin. Yksikön fokusalueita ovat sisältömarkkinointi ja dataperusteiset ratkaisut. Alma Mediaratkaisujen strategisia valintoja ovat aseman vahvistaminen pien- ja keskisuurten yritysasiakkaiden mainonnan markkinalla, mainonnan palvelutuotannon monipuolistaminen sekä asiakaskokemuksen parantaminen.

Alman mediat tavoittavat miljoonia suomalaisista viikoittain. Verkossa käyttäjät

muodostavat verkoston, jonka avulla mainostaja voi kohdentaa viestin haluamiinsa kohderyhmiin. Esimerkiksi dataa ja markkinoinnin automaatiota hyödyntäen tilaaja-asiakkaille voidaan suositella juuri heille oleellisia, kiinnostavia sisältöjä ja tilaustuotteita sekä ohjaamaan kävijää personoidusti Alma-verkostossa palvelusta toiseen. Strategisilla aloitteilla tavoitellaan myös asiakaskokemuksen parantamista ja käyttäjän sitoutumisen vahvistamista Alman medioihin.

Median digitransformaatioissa menestyminen edellyttää käyttäjien tunnistamista ja käyttäjädatan monipuolista hyödyntämistä. Koska dataa hyödyntämällä voidaan tehostaa sisällön personointia, käyttäjien rekisteröityminen on hyödyllistä niin kuluttajille kuin liiketoiminnallekin. Kirjautumisissa Alma Media noudattaa tarkasti tietosuojalainsäädäntöä.

Alma Median digitaalisten sisältöjen lukijoille ja palvelujen käyttäjille yhteinen kirjautuminen, Alma-tunnus, mahdollistaa sujuvan ja turvallisen siirtymisen yhdellä kirjautumisella Alman digitaalisen verkostossa palvelusta toiseen. Yhteinen kirjautuminen laajenee kattamaan kaikki Alma Median palvelut Suomessa. Ratkaisu mahdollistaa kuluttajille palveluiden käyttöön liittyvän datan keräämisen ja hyödyntämisen hallinnoinnin.

Muun kuin taloudellisen tiedon selvitys

Tässä osiossa kuvataan Alma Median vastuullisuuteen liittyvää toimintaa kirjanpitolain 3 a luvun vaatimusten mukaisesti (muut kuin taloudelliset tiedot). Yhtiön muun kuin taloudellisen tiedon raportointi sisältää ympäristöasioiden, sosiaalisten asioiden ja eettiseen liiketoimintaan liittyvien asioiden ohella vastuullisen median, vastuulliseen journalismiin ja markkinointiin sekä Alma Median digitaaliseen liiketoimintaan keskeisesti liittyvät tietoturva ja -suoja-asiat.

Muiden kuin taloudellisten tietojen raportoinnissa on noudatettu soveltuvin osin ilmastoon liittyvien tietojen raportointia koskevaa täydennysosaa. Alma Media noudattaa vastuullisuusraportoinnissaan olennaisuuden periaatetta ja yhtiö päivitti olennaisuusanalyysinsä syksyllä 2021 perustuen laajaan sidosryhmäkyselyyn, henkilökohtaisiin haastatteluihin, toimiala-analyysihin ja asiantuntijatyöpajoihin. Lisätietoa vastuullisuuden kehityksestä on saatavilla Alma Median vuoden 2022 yritysraportissa, joka on laadittu kansainvälisen Global Reporting Initiative (GRI) -ohjeiston mukaisesti ja noudattaa soveltuvin osin myös Sustainable Accounting Standards Board (SASB) -raportointiohjetta.

Liiketoimintamallin kuvaus

Yhtiö tukee demokraattisen yhteiskunnan kehitystä tuottamalla moniarvoista, puolueetonta ja laadukasta sisältöä sekä tarjoamalla kuluttajille ja yrityksille hyödyllisiä, turvallisia ja luotettavia digitaalisia palveluja. Alma Median liiketoiminta muodostuu digitaalisista markkinapaikoista, mediasta ja palveluista. Yhtiön liiketoiminnan raportointisegmentit ovat Alma Career, Alma Consumer ja Alma Talent. Lisäksi Alma Media -konserni tavoittelee yhteisillä toiminnoilla asiakkaille arvoa tuottavaa synergiaa liiketoimintojensa välille.

Alma Median liiketoiminnan keskeisen osan muodostavat digitaaliset markkinapaikat ja palvelut, kuten rekrytointiliiketoimintaan, asumiseen, autoiluun ja liikkumiseen liittyvät palvelut. Alma Median digitaalisten palveluiden asiakkaita ovat sekä yritykset että kuluttajat. Digitaalisten palveluiden liiketoimintamalli perustuu asiakkaalle maksullisiin luokiteltuihin kohdeilmoituksiin, kohteiden lisänäkyvyyksilmoitteluun, kohdennettuun mediamainontaan, palvelumyyntiin ja tilaus- ja lisenssimaksuihin tietojärjestelmien käytöstä. Sähköisen asuntokaupan alusta DIAS palvelee asunnon ostajia ja myyjiä ja on kehitetty yhteistyössä pankkien ja kiinteistövälittäjien kanssa. Muita yhtiön palveluita ovat tietopalvelut, koulutus-, tapahtuma-

ja digitaalisen markkinoinnin palvelut sekä suoramarkkinointiliiketoiminta.

Medialiiketoiminta käsittää esimerkiksi Alma Talentin julkaisemat ammatti- ja talousmediat sekä -kirjat kuin myös Alma Consumerin kustantaman valtakunnallisen kuluttajamedian. Medialiiketoiminta perustuu sisällön tavoitavuuteen ja yleisön ja median väliseen asiakas- ja lukijasuhteeseen. Suhteen lujuus vaihtelee satunnaisesta kävijästä tai irtonumeron ostajasta säännölliseen verkkopalveluiden hyödyntämiseen rekisteröityneenä käyttäjänä ja digitaalisesta sisällöstä maksavana tai painetun lehden kestotilajana.

Alma Median mediat ja palvelut ovat oman segmenttinsä tunnetuimpia brändejä Suomessa ja konsernin toimintamaissa itäisessä Keski-Euroopassa. Palveluiden suosio käyttäjien keskuudessa pohjautuu hyvään käytettävyyteen, sisältöjen ainutlaatuisuuteen ja yhteisöllisyyden voimaan. Menestykselle keskeistä on vastata paikallisen asiakkaan tarpeisiin. Sekä palvelu- että medialii- ketoiminnassa lukijat ja verkkokävijät muodostavat kullekin brändille ominaiset kohderyhmät, jotka ovat puolestaan mainosmyynnin perusta. Näitä kohderyhmäkontakteja myydään mainostajille brändikohtaisesti sekä yleisösegmentteinä digitaalisessa Alma-verkostossa.

Arvonluonti

Alma Median tarkoituksen (engl. purpose) mukaisesti yhtiön tehtävä on kiihdyttää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestäväää kasvua. Strategiamme kulmakivet ovat liiketoiminnan transformaatio, digitaalinen kasvu ja kansainvälistyminen. Alma Median liiketoiminta perustuu markkinapaikkoihin, mediaan ja palveluihin.



Arvonluontimalli



Muiden kuin taloudellisten tietojen hallinnan kuvaus

Alma Medialla on järjestelmällinen vastuullisuuden hallintamenetelmä, joka sisältää tarvittavat politiikat, prosessit, hallinnan ja organisaation sekä osaamisen ja viestinnän. Yhtiö kehittää toimintansa vastuullisuutta pitkäjänteisesti eettisten ohjeidensa, ohjeistuksien ja sitoumuksien, vastuullisuusohjelmansa tavoitteiden sekä tieteeseen perustuvien SBTi-ilmastotavoitteidensa (engl. Science-Based Targets) mukaisesti. Yhtiö noudattaa YK:n Global Compact -aloitteen periaatteita, YK:n ihmisoikeuksien julistusta, ILO:n julistusta työelämän perusoikeuksista sekä muita keskeisiä kansainvälisiä ihmisoikeussopimuksia ja -suosituksia. Alma Media kehittää toimintansa vastuullisuutta organisaationsa eri tasoilla, osana päivittäistä liiketoimintaansa.

Yhtiön johtoryhmä arvioi vastuullisuusohjelmaa säännöllisesti ja hallitus seuraa vastuullisuuden kehittymistä johdon toimittaman informaation avulla. Keskeisessä asemassa ovat myös yksiköiden johtoryhmät ja avainhenkilöt, jotka tekevät vastuullisuuteen liittyviä päätöksiä toimintaa ja palveluita kehittäessään. Vuonna 2022 konsernin johtoryhmä käsittelee vastuullisuuteen liittyviä hankkeita laajasti kolmessa strategiakokouksessaan ja yhteisiä vastuullisuuteen liittyviä

aiheita kuudessa muussa kokouksessa. Raportointivuonna 2022 Alma Median hallitus käsittelee yhtiön vastuullisuusohjelmaa osavuositarkastusten yhteydessä neljä kertaa vuoden aikana. Alma Median konserniviestintä koordinoi vastuullisuusohjelman etenemistä.

Alma Median vastuullisuusohjelman perustan muodostavat liiketoiminnan kannattava kasvu ja korkea liiketoimintaetiikka, hyvinvoiva ja osaava henkilöstö, vastuu ympäristöstä, vastuullinen media, markkinapaikat ja digitaaliset palvelut. Jokaiselle vastuullisuuden osa-alueelle on määritelty tavoite ja niiden toteutusta seurataan vuosittain.

Olennaisuusanalyysiin pohjautuen Alma Median vastuullisuusohjelma linkittyy yhdeksään YK:n kestävän kehityksen tavoitteeseen, jotka liittyvät suoraan yhtiön liiketoiminnan vaikutusmahdollisuuksiin: hyvä koulutus, sukupuolten välinen tasa-arvo, ihmisarvoinen työ ja talouskasvu, innovaatiot ja hankinta, kestävät kaupungit ja yhteisöt, vastuullinen kuluttaminen, ilmastonmuutoksen hillintä, rauha ja oikeudenmukaisuus ja yhteistyö- ja kumppanuudet.

Vastuullisuusohjelmamme sisältää

9 YK:n kestävän kehityksen tavoitetta

Alma Median tärkeimmät vastuullisuustavoitteet kootusti

	KPI	Tavoite	Tulokset 2022	Tavoite 2023
Vastuullinen journalismi: Journalismi Markkinointi	Julkisen sanan neuvoston asettamat langettavat päätökset	< 5 kpl JSN:n asettamia langettavia päätöksiä Alman medioille	Kaksi JSN:n langettamaa päätöstä Iltalehdelle.	< 5 kpl JSN:n asettamia langettavia päätöksiä Alman medioille
	Kansainvälisen kauppakamarin hyvän markkinointitavan noudattaminen	0 kpl hyvää markkinointitapaa rikkovia mainoksia yhtiön medioissa tai palveluissa	0 kpl	0 kpl hyvää markkinointitapaa rikkovia mainoksia yhtiön medioissa tai palveluissa
Eettinen liiketoiminta: Henkilöstö Alihankinta	Yhtiön päivitetyn eettisen liiketoimintatavan, Code of Conduct -ohjeistuksen, noudattaminen oman henkilöstön keskuudessa ja alihankintaketjussa	Oma henkilöstö suorittaa yhtiön Code of Conduct -valmennuksen	100 % henkilöstöstä	100 % henkilöstöstä
		Merkittävimmät alihankkijat sitoutuvat yhtiön eettiseen ohjeistukseen	73 % merkittävimmistä alihankkijoista suoritti yhtiön valmennuksen eettisestä ohjeistuksesta.	90% merkittävimmistä alihankkijoista on suorittanut yhtiön valmennuksen eettisestä ohjeistuksesta.
Tietoturva ja -suoja	Yhtiön palvelut ovat tietoturvallisia käyttää, asiakasdataa käsittelevä huolellista ja lainmukaista	Palveluissa ei esiinny vakavia tietosuojaloukkauksia, joista viranomaisen langettaisi sakon.	0 kpl	0 kpl vakavia tietosuojaloukkauksia
Hyvä työnantaja	Työelämän laatua Alma Mediassa mittaava QWL (Quality Worklife) -henkilöstötutkimus	> 83 %	83,1 %	83 % QWL-indeksi
Ympäristövastuu: Oma toiminta (Scope 1 & 2) Alihankintaketju (Scope 3)	Sähkön, kaukolämmön ja kaukojäähdytyksen aiheuttamat hiilidioksidipäästöt ja yritysautojen energiakulutus	-52 % (2019-2030)	-9,2 % (Scope 1 & 2)	-4,3 % (Scope 1 & 2)
	Alihankintaketjun aiheuttamat epäsuorat hiilidioksidipäästöt	-14 % (2019-2030)	8,2 % (Scope 3)	-1,23 % (Scope 3)

Korkea liiketoimintaetiikka

Alma Media kantaa liiketoiminnastaan sosiaalisen, taloudellisen ja ekologisen vastuun eikä hyväksy alihankkijoiltaan tai kumppaneiltaan epäeettisiä tai ekologisesti tai sosiaalisesti kestäättömiä toimintatapoja. Yhtiöllä on nollatoleranssi korruptiota, lahjontaa, ihmisoikeuksien loukkauksia ja epäinhimillisiä työskentelyolosuhteita kohtaan. Yhtiön henkilöstöstä 11 maassa jokainen työntekijä on sitoutunut Alma Media eettiseen ohjeis-

tukseen ja suorittanut Code of Conduct -valmennuksen. Raportointivuoden aikana myös Alma Median merkittävimmistä alihankkijoista 73 % suoritti yhtiön uuden alihankkijoille suunnatun Supplier Code of Conduct -verkkovalmennuksen.

Alma Median työntekijöiden ja sidosryhmien käytössä on anonyymi Whistleblow-kanava, jonka välityksellä he voivat raportoida havaitsemistaan mahdollisista väärinkäytöksistä. Alma

Median Whistleblow-tiimi vastaanottaa ilmoitukset ja raportoi niistä yhtiön hallituksen tarkastusvaliokunnalle. Raportointivuonna yhtiön tietoon tuli Whistleblow-kanavan kautta kolme liiketoimintaan liittyvä epäilyä eettisen ohjeistuksen rikkomisesta.

Alma Mediassa ei tullut vuonna 2022 ilmi korruptiotapauksia tai yrityksiä rajoittaa kilpailua. Yhtiön tiedossa ei ole myöskään käynnissä olevia viranomais-

Alma Media ja ympäristö	Yksikkö	2019	2020	2021	2022
Energian määrä					
Polttoaineet	GJ	6 151	3 946	3 634	3 380
Sähkö	GJ	7 455	5 991	5 414	5 429
Kaukolämpö ja kaukokylmä	GJ	4 955	3 880	6 071	5 423
Päästöt					
Välittömät päästöt (Scope 1)	tCO ₂ -ekv				
Polttoaineet		420	264	240	217
Epäsuora päästöt (Scope 2)	tCO ₂ -ekv				
Kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkö, hankintaperusteinen		375	291	250	228
Kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkö, sijaintiperusteinen		494	349	411	386
Uusiutuvan energian osuus Scope 1&2		28 %	36 %	49 %	53 %
Uusiutuvan energian osuus Scope 2		42 %	49 %	63 %	68 %
Scope 3	tCO ₂ -ekv	17 338	13 964	14 996	16 222

tutkintoja yhtiötä kohtaan. Alma Media ei saanut raportointivuonna viranomais-huomautuksia tai tuomioita taloudellista, ympäristöä tai sosiaalista vastuutaan koskevien sääntöjen tai lakien rikkomisesta, eikä näin ollen oikeudenkäynteihin liittyviä taloudellisia tappioita syntynyt. Alma Median liiketoiminnan eettisyydestä vastaa yhtiön johto apunaan yhtiön lakiasiantointi. Vastuullisuus on yksi Alma Median johdolle ja henkilöstölle yhteisistä kannusteperusteista.

Vastuu ympäristöstä

Alma Media on jo kahden vuosikymmenen ajan määrätietoisesti toteuttanut liiketoiminnan digitaaliseen transfor-

maatioon perustuvaa strategiaa ja myös onnistunut siinä. Viimeisen viiden vuoden aikana Alma Media on puolittanut oman toimintansa aiheuttamat kasvihuonekaasupäästöt. Paitsi ympäristöystävällisempää, digitaalisten sisältöjen ja palveluiden tuottaminen sekä niiden jakelu on myös kustannustehokkaampaa printtituotteisiin verrattuna. Samalla siirtymä vähähiiliseen yhteiskuntaan on luonut liiketoiminnallisia mahdollisuuksia sekä lisännyt resurssitehokkuutta. Vuonna 2022 Alma Median liiketoiminnasta jo 80 prosenttia, eli noin 250 miljoonaa euroa, muodostui digitaalisista lähteistä. Siirtymä printistä digiin on näkynyt yhtiön kannattavuuden parantumisena

ja oikaistun liikevoiton kasvussa. Yhtiön käyttöomaisuusinvestoinnit digitaalisessa liiketoimintamallissa ovat vuosittain olleet keskimäärin noin 4 miljoonaa euroa.

Alma Media oli kolmas mediayhtiö maailmassa julkistaessaan hyväksytyt tieteeeseen perustuvat ilmastotavoitteet vuonna 2018. Liiketoiminnan merkittävien muutosten myötä vuoden 2016 lähtötasoon pohjautuva 2025 SBT -tavoite saavutettiin etuajassa ja yhtiö halusi päivittää ilmastotavoitteensa, samalla tiukentaen sitä merkittävästi.

Kesäkuussa 2022 Science Based Targets (SBT) -organisaatio hyväksyi Alma Median uudet tieteeeseen perustuvat ilmastotavoitteet. Alma Media on sitoutunut verrattuna vuoteen 2019 vähentämään absoluuttisia Scope 1 ja Scope 2 -kasvihuonekaasupäästöjään 52 prosenttia ja 14 prosenttia alihankintaketjun päästöistään vuoteen 2030 mennessä. SBTi-aloitteen pyrkimyksenä on rajoittaa maailmanlaajuisesti ilmaston lämpeneminen enintään 1,5 celsiusasteeseen. Alma Median suunnitelman mukaiset päästövähennykset kohdistuvat erityisesti työsuhdeautojen, toimitilojen kaukolämmön ja -kylmän päästöjen vähentämiseen sekä alihankintaketjussa lehtien painamiseen ja logistiikka- ja ICT-hankintoihin. Alma Median oman toiminnan hiilijalanjälki on matala ja yhtiön synnyttämistä kasvihuonekaasuista vain neljä prosenttia syntyy yrityksen omasta toiminnasta ja 96 prosenttia alihankintaketjussa.

Alma Median vuonna 2022 asettaman SBTi-tavoitteen mukaan yhtiön tulee vähentää sähkön, kaukolämmön ja kaukokylmän sekä polttoaineen kulutuksesta aiheutuvia kasvihuonekaasupäästöjään vuosittain 4,3 prosenttia vuoteen 2030 asti. Hankinnoista johtuvien, epäsuorien kasvihuonekaasupäästöjen tulee vähentäytyä vuoteen 2030 asti ja 1,2 prosenttia vuosittain.

Parantaakseen päästölaskennan luotettavuutta ja jatkuvuutta Alma Media otti vuonna 2021 käyttöön kansainvälisen energiajärjestö IEA:n mukaiset maakohtaiset päästökertoimet niiltä osin, joissa ei ole ollut käytettävissä energiatuotajakohtaista päästökerrointa ja suoritti päästöluvuilleen takautuvasti uudelleenlaskennan. Vuosia 2019–2022 koskevat luvut on oikaistu koskemaan vain yhtiön jatkuvia liiketoimintoja. Ympäristölukujen raportointi kattaa koko Alma Median.

Vuonna 2022 yhtiön raportoimat Scope 1 ja Scope 2 -päästöt vähenivät 9,3 % vuoteen 2021 verrattuna. SBTi-tavoitteen perusvuoteen 2019 verrattuna muutos on -44,1 %. Päästöttömän, vesivoimalla tuotetun sähkön hankintaa jatkettiin Suomessa vuonna 2022 ja esimerkiksi Alma Median Suomen liiketoiminnan datan hallintaan tarkoitetut pilvipalvelut tai tietoliikennepalvelut tuotetaan pääosin joko uusiutuvalla energialla tai niiden päästöt kompensoidaan.

Taulukko **Alma Media ja ympäristö** edellisellä sivulla kuvaa yhtiön jatkuvien toimintojen oman energian määrän, suorien kasvihuonekaasupäästöjen (Scope 1) ja epäsuorien (Scope 2) kasvihuonekaasupäästöjen määrän ja kehityksen sekä ympäristölukujen kehityksen vuosina 2019–2022. Yhtiön hallinnassa olevien kiinteistöjen käyttämä energiakulutus oli

yhteensä 3013 megawattituntia sähköä, kaukolämpöä ja kaukokylmää. Tästä uusiutuvan energian osuus oli 68 %. Yhtiön omien ja työsuhdeautojen energiakulutus väheni 9,5 % verrattuna edellisvuoteen. Työsuhdeautojen energiakulutuksen lasku johtui liiketoiminnassa etätyön ja etänevotteluiden lisääntymisestä sekä autokannan uusiutumisesta vähäpäästöisempään, energiatehokkaampaan suuntaan. Alma Media laskee sähkön, kaukolämmön ja -kylmän kulutuksen pääasiassa Suomen kiinteistöissään energiayhtiöiden laskuttaman kulutuksen perusteella. Myös yhtiön muissa toimintamaissa toimitaan näin, mikäli kulutusdataa on saatavilla. Jos dataa ei saada ja koska energia sisältyy kiinteistön kuukausivuokraan, sähköenergian kulutus lasketaan pinta-alan perustuen. Suomen liiketoimintojen osalta sähkö on vesivoimalla tuotettua, päästötöntä ja uusiutuvaa. Suomen pääkonttorin osalta uusiutuvalla energialla tuotetun kaukolämmön ja -kylmän hankintaa jatkettiin vuonna 2022.

Alma Median omien ja vapaan autoedun työsuhdeautojen energiakulutus kulutustiedot kerätään pääosin palveluntarjoajilta. Päästölaskenta perustuu todelliseen energiakulutukseen, jossa ostetut energialajit on kerrottu energialajikohtaisilla päästökertoimilla käyttömaittain. Scope 1 -päästöt muodostuvat

pääasiallisesti hiilidioksidipäästöistä (CO₂). Alma Media käyttää hankintaperusteisten Scope 2 -päästöjen laskennassa mahdollisuuksien mukaan energian toimittajakohtaisia päästöarvoja. Niiden puuttuessa käytetään IEA:n maakohtaisia päästökertoimia, joihin myös sijaintiperusteinen päästölaskelma perustuu.

Yhtiön kasvihuonekaasujen päästöintensiteetti vuonna 2022 oli 0,26 tCO₂-ekv/henkilö. Alma Media laskee kasvihuonekaasujen päästöintensiteettinsä Scope 1 ja hankintaperusteisesti laskettujen Scope 2 -päästöjensä perusteella. Päästöintensiteetti ilmoitetaan suhteutettuna henkilöstömäärään. Kiinteistöjen sähkön, kaukolämmön ja kaukokylmän kulutuksen aiheuttamat kasvihuonekaasupäästöt laskivat vertailuvuodesta 9,1 prosenttia 228 tCO₂-ekv:iin hankintaperusteisesti laskettuna. Energiakulutus mitataan maa-, laji- ja tuottajakohtaisilla päästökertoimilla.

Alma Median epäsuorat Scope 3 -päästöt alenivat raportointivuonna media-alalla trendinomaisesti painettujen lehtituotteiden levikinlaskun jatkuessa ja kuluttajien siirtyessä printistä digimedioiden käyttäjiksi. Alma Median työntekijöiden lentomatrustamisen aiheuttamat päästöt kasvoivat 177 % edelliseen raportointivuoteen verrattuna pandemian matkustusrajoitusten poistuessa, ollen kuitenkin

Alma Media kiristi ilmastotavoitteitaan

37 % pienemmät kuin 2019. Kuljetusten, jakelun, lentopäästöjen ja toimitilojen vähentyneestä käyttöasteesta pienentyneet palveluiden käyttö laskivat päästöjä. Alma Media saavutti ympäristötavoitteensa vuodelta 2022 lukuun ottamatta alihankintaketjun Scope 3 -päästöjä. Päästöjen kasvu johtui hankintojen kasvusta liittyen mm. lehtien painamiseen ja digitaalisten palveluiden kehittämiseen. Scope 3 -päästöissäkin yhtiö pysyi kuitenkin pitkän aikavälin, vuoteen 2030 ulottuvan tavoitetaso, alenevalla trendillä. Yhtiön epäsuorat, Scope 3 -päästöt laskivat 9 prosenttia (1 195 tCO₂e) vertailuvuoteen 2019 verrattuna. Lehtituotteiden loppukierätyksen päästölaskenta kattaa kaikki Alma Median lehdet ja kirjat. Alma Media raportoi jatkuvan liiketoiminnan lukuja.

Venäjän hyökättyä Ukrainaan helmikuussa 2022, Suomi yhdessä muun Euroopan kanssa joutui kohtaamaan myös energiakriisin. Venäjä alkoi kiristää energia-aseellaan Eurooppaa ja kevään ja kesän aikana sähkön, hakkeen, putkikaasun, hiilen ja öljyn tuonti Venäjältä päättyi. Erityisesti sähkön hinta oli kriisistä johtuen ajoittain erittäin korkea, mutta historiallisen kovia hintoja maksettiin melkein kaikista energiamuodoista. Suomen ja Alma Median toimintamaiden riippuvuus maakaasusta oli kuitenkin muuta Eurooppaa vähäisempää. Brutaali hyökkäyssota Ukrainassa on pakottanut koko Eurooppaa innovoimaan ja uudistumaan energian saralla. Energiatehokkuuden lisäksi uusiutuva energia, vety ja uudet teknologiat ovat muuttuneet mahdollisuuksista yhä enemmän todellisuudeksi lähes kaikissa yhtiön toimintamaissa.

Vuonna 2023 Alma Media keskittyi edelleen oman toiminnan hiilijalanjäljen minimointiin ja päästöjen vähentämiseen alihankintaketjussa sekä oman toiminnan ilmastoa säästävien vaikutusten vahvistamiseen. Alma Media jatkaa yhtiön merkittävimpien palvelutoimittajien sitouttamista ilmastotavoitteisiin ja yhtiön eettisen ohjeistuksen suorittamiseen. Yhtiön autokannan uusiutumisesta vähäpäästöisempään energiategokkaampaan suuntaan jatketaan kaikissa toiminta-

maissa. Alma Median toimintamaissa itäisessä Keski-Euroopassa käydään lisäksi aktiivista dialogia toimitilojen vuokranantajien kanssa mahdollisuuksista varmistaa vähäpäästöisen ja uusiutuvan energian käyttö. Eri toimilla varmistetaan, että yhteistyö ilmastomuutoksen hillitsemiseksi sekä kestävän kulutuksen ja eettisen hyvän hallintotavan edistämiseksi liiketoiminnassa on riittävän kunnianhimoista, kattavaa ja vaikuttavaa.

EU:n taksonomia-asetuksen mukainen raportointi

Euroopan unionin (EU) vuoden 2030 ilmasto- ja energiatavoitteiden saavuttamiseksi ja eurooppalaisen vihreän sopimuksen tavoitteiden saavuttamiseksi on välttämätöntä suunnata investointeja kestäviin hankkeisiin ja toimintoihin. EU:n taksonomia-asetus, joka tuli voimaan vuonna 2021, luokittelee taloudelliset toiminnot sen mukaan, ovatko ne ympäristön kannalta kestäviä. Luokittelujärjestelmä määrittelee ensisijaisesti julkaittavat tiedot, jotta sijoittajat ja yritykset voivat tehdä tietoisia päätöksiä ympäristön kannalta kestävästä taloudellisesta toiminnasta. Taksonomian eli luokittelujärjestelmän tarkoituksena on tunnistaa ympäristön ja ilmastomuutoksen kannalta olennaiset taloudelliset toimet, ja luoda niille tieteeeseen perustuvat kriteerit, joiden avulla voidaan arvioida yhtiöiden toiminnan kestävyyttä ja vihreyttä.

Se luokittelee taksonomiakelpoiset ja -mukaiset toiminnot eli taloudelliset toiminnot, jotka merkittävimmin edistävät EU:n ilmastotavoitteiden saavuttamista. EU-taksonomian painopiste on kuudessa ympäristötavoitteessa:

1. ilmastomuutoksen hillintä;
2. ilmastomuutokseen sopeutuminen
3. vesivarojen ja merten luonnonvarojen kestävä käyttö ja suojele;
4. siirtyminen kiertotalouteen;
5. ympäristön pilaantumisen ehkäiseminen ja vähentäminen;
6. biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien suojele ja ennallistaminen.

Tilikautta 2022 koskevat raportointivelvoitteet

Taksonomiasääntely (artikla 8) koskee yhtiöitä, kuten Alma Mediaa, joiden tulee raportoida Ei-taloudellisen tiedon raportointia koskevan direktiivin mukaisesti (NFRD). Taksonomia säännöstö: Euroopan Parlamentin ja Neuvoston asetus (EU) 2020/852, tämän delegoitu säännös ja sen liitteet (Liite I ilmastomuutoksen hillintä ja Liite II ilmastomuutokseen sopeutuminen). Alma Medialla on sääntelyn mukaan velvollisuus ilmoittaa taksonomia tunnuslukuina, mikä osuus liikevaihdostamme (turnover), pääomamenostamme (capital expenditures) sekä toimintamenoistamme (operating expenditures) on toimintaa, joka tunnis-

tetaan taksonomiassa potentiaalisesti ympäristön kannalta kestäväksi taloudelliseksi toiminnaksi tai täyttää sen tekniset arviointikriteerit.

Taksonomia-asetuksen mukaisesti komissio on laatinut luettelon ympäristön kannalta kestävästä toimista ja määritellyt delegoiduilla säädöksillä tekniset arviointikriteerit kullekin ympäristötavoitteelle. Raportointivelvoitteet astuvat voimaan vaiheittain taksonomia-asetukseen kirjattujen määräaikojen mukaisesti. Ensimmäinen delegoitu säädös kestävästä toiminnasta kahden ensimmäisen ympäristötavoitteen osalta

1. ilmastomuutokseen hillintään ja
2. ilmastomuutoksen sopeutumiseen on julkaistu. Luokitusjärjestelmää laajennetaan myöhemmin kattamaan EU:n 3–6 ympäristötavoitteita koskevia raportointivelvoitteita.

Yritysten on taksonomia-asetuksen toisena raportointivuotena ilmoitettava, kuinka suuri osuus niiden toiminnasta on taksonomiakelpoista (eligible) sekä taksonomiakelpoisten toimintojen osalta niiden taksonomiamukaisuus (aligned). Taksonomiakelpoisella toiminnalla tarkoitetaan toimintoja, jotka tunnistetaan taksonomiassa, ja taksonomiamukaisella toiminnalla niitä taksonomiakelpoisia toimintoja, jotka täyttävät tekniset arviointikriteerit. Tekniset arviointikri-

teerit määrittelevät, edistääkö toiminta olennaisesti tämän ympäristötavoitteen saavuttamista, ja vain näiden kriteerien täyttyessä toiminta voidaan määritellä kestäväksi. Lisäksi, vaikka toiminta täyttää tekniset arviointikriteerit, sen on varmistettava, että se ei aiheuta merkittävää haittaa millekään muulle viidelle ympäristötavoitteelle ja että sen on oltava YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevien ohjaavien periaatteiden ja OECD:n ohjeiden mukaisia.

Alma Median lähestymistapa EU-taksonomiakelpoisuuteen ja -mukaisuuteen

EU-taksonomia ja sen tekniset arviointikriteerit ovat dynaamisia, ja kriteerien kehitys jatkuu osana EU:n kestäväan rahoituksen kehitystä. EU:n taksonomian kehitystyössä on ensin priorisoitu tiettyjä taloudellisia toimintoja, ja kaikkea taloudellista toimintaa ei ole vielä huomioitu järjestelmässä ja sen kriteereissä. Raportoimme taksonomiakelpoisuutemme ensimmäistä kertaa viime vuonna ja totesimme, että toimintamme luonteen takia toimintamme suorat päästöt ja siten oman toimintamme negatiiviset ilmastomuutosvaikutukset, ovat vähäisiä. Määritelläksemme, kuinka suuri osuus toiminnastamme on taksonomiakelpoista, olemme tehneet analyysin, jonka perusteella olemme kartoittaneet sellaiset toimintomme, jotka vastaavat takso-

nomiassa tunnistettuja toimintoja. Työn tavoitteena on ollut:

- a) tunnistaa ja kartoittaa olennaiset yhtiön omat taksonomiakelpoiset ja -mukaiset toimet
- b) arvioida tunnistettujen taloudellisten toimintojen vaikutuksia, ja että nämä täyttävät tekniset arviointikriteerit
- c) laskea ja viestiä taksonomiakelpoiset ja mukaiset keskeiset tunnusluvut (KPI:t).

Määrittäessämme seuraavassa vaiheessa taksonomiakelpoisten ja -mukaisten toimintojemme taksonomiamukaisuutta arvioimme, edistääkö toiminta merkittävästi vähintään yhtä ympäristötavoitetta, minkä lisäksi toiminta täyttää asetuksessa esitetyt kaikkien olennaisten liiketoimintojen tekniset seulontakriteerit (TSC), eikä aiheuta merkittävää haittaa yhdellekään ympäristötavoitteelle (DNSH) sekä sosiaalisten vähimmäistason suojatoimet (MSS). Analyysin perusteella tulkitsemme, että osa Alma Median liiketoiminnasta täyttää ilmaston muutosten sopeutumisen ympäristötavoitetta.

Liikevaihdon kohdalla taksonomiakelpoiseksi ja -mukaiseksi toiminnaksi olemme tunnistaneet markkinapaikka-liiketoimintaan kohdistuvan digitaalisen mainonnan, koulutus-, kirjamyynnin, media-liiketoiminnan digitaalisen mainonnan sekä sellaiset digitaaliset datapohjaiset

-palveluratkaisut, jotka mahdollistavat päästöjen vähentämisen taksonomia säännösten 8.2 (datavetoiset ratkaisut kasvuhuonepäästöjen vähentämistä varten), 8.3 (radio- ja televisiotoiminta) ja 11 (koulutus) mukaisesti. Vaikka olemme tunnistaneet useamman aktiviteetin taksonomiakelpoiseksi ja -mukaiseksi, olemme varmistaneet, että kukin yhtiön tuottama palvelu tai tuote tulee huomioduksi vain kerran taksonomiakelpoisessa ja -mukaisessa liikevaihtoluvussa.

Tässä vaiheessa EU:n taksonomiasäädöksen piiriin on luettu vain ne taloudelliset toiminnot, joilla on suurin tarve ja potentiaali vaikuttaa merkittävästi ilmastomuutoksen hillintään ja siihen sopeutumiseen. Alma Median liiketoiminnasta suurin osa on vielä EU-taksonomiassa määrittelemätöntä, ja siten se on luokiteltu edellä taulukossa kuului van ei-taksonomiakelpoiseen osuuteen, kuten markkinapaikkaliiketoiminnan luokiteltu ilmoittelu, printtiperusteinen medialiiiketoiminta, digitaaliset vertailupalvelut, dataliiketoiminta, telemarkkinointi sekä mediamyynnin konsultointiliiketoiminta.

Pääomamenojen osalta määrittelimme taksonomiakelpoiseksi ja -mukaiseksi ne pääomamenot, jotka liittyvät läheisesti liikevaihdon perusteella taksonomiakelpoiseen ja -mukaiseen omaisuuteen ja täytävät tarkemmat määritelmät päästövä-

hennysten osalta. Taksonomiakelpoiset ja -mukaiset pääomamenot liittyvät pääosin tilahankkeisiin sekä pääomameonoihin digitaalisiin mainosmyyntiin järjestelmiin.

Toimintamenojen osalta määrittelimme taksonomiakelpoiseksi ja -mukaiseksi ne liiketoimintakulut, joilla on pyritty vähentämään ympäristöpäästöjä kohdittuen tutkimus-, palvelin-, tila-, auto- tai koulutuskuluihin. Taksonomiakelpoiseksi ja -mukaiseksi toimintamenoiksi lasimme mm. panostukset sähköautojen latausinfrastruktuuriin ja autokannan sähköistymiseen, henkilöstön koulutuspanostukset ilmastotoimien vähentämiseksi sekä ostettavan uusiutuvan energian lisäkustannukset. On huomioitava, että taksonomiakelpoinen ja -mukainen toimintamenojen määrittely on hyvin rajoitettu, ja sisältää vain hyvin pienen osan yhtiön liiketoiminnan kuluista. Toimintamenot on määritetty taksonomiasäännösten mukaisesti ja sisältää Alma Media konsernin tutkimus- ja kehityskulut, kulut toimitilojen energiaan ja tilakorjauksiin liittyen sekä ajoneuvokannan leasingkulut.

Seuraamme jatkuvasti säännösten kehitystä ja arvioimme ja raportoimme yhtiön taloudellisten toimien taksonomiakelpoisuutta ja -mukaisuutta tämän mukaan. Alma Median taksonomiaraportointi voi muuttua, kun taksonomian neljän jäljellä

olevan ympäristötavoitteen lopulliset tekniset arviointikriteerit valmistuvat. Tällä hetkellä tunnistettujen taksonomiaan liittyvien toimintojen lisäksi Alma Medialla tietyt muut toiminnot voivat olla taksonomiakelpoisia neljän muun ympäristötavoitteen mukaisesti. Taksonomiakelpoinen ja -mukainen liikevaihto voivat näin ollen kasvaa vuonna 2023, koska osa palveluun liittyvistä toiminnoista voi osittain kuulua tulevan **Siirtyminen kiertotalouteen** -ympäristötavoitteen piiriin.

EU-taksonomiaan liittyvien taloudellisten tunnuslukujen laadintaperiaatteet

Taksonomiaan liittyviin raportointivertoihteisiin sisältyy kuvaus taloudellisten tunnuslukujen laadintaperiaatteista, mukaan lukien osoittajan ja nimittäjän laskentaperusteet. Tässä osiossa esitetään kuinka liikevaihto, pääomamenot ja toimintamenot on määritelty ja kohdistettu osoittajaan, sekä nimittäjään sisältyvien liikevaihdon, pääomamenojen ja toimintamenojen laskentaperusteet. Liikevaihto tunnusluku määrittää, missä laajuudessa yhtiön toiminnot ovat taksonomiakelpoisia ja -mukaisia. Investointien ja operatiivisten kulujen tunnusluvut kuvaavat, kuinka yhtiö aikoo parantaa sen infrastruktuuria, prosesseja ja tuotantolinjoja tullakseen vähähiiliseksi toimijaksi tai vähentääkseen ympäristöpäästöjä.

Liikevaihto

Taksonomiakelpoista ja mukaista liikevaihtoa määritettäessä Alma Media sisällyttää osoittajaan niiden tuotteiden ja palveluiden arvioitun kokonaisliikevaihdon, jotka liittyvät taksonomiakelpoisiin ja -mukaisiin taloudellisiin toimintoihin. Nimittäjä sisältää Alma Median konsernin vuoden 2022 tilinpäätöksen mukaisena.

Pääomamenot

Taksonomiakelpoisia pääomamenoja määritettäessä Alma Media sisällyttää osoittajaan pääomamenot varoista, jotka liittyvät taksonomiakelpoisiin ja -mukaisiin taloudellisiin toimintoihin. Nimittäjä sisältää Alma Media konsernin liikevaihdon vuoden 2022 tilinpäätöksessä raportoidut tilikauden aikana tehdyt lisäykset aineettomiin ja aineellisiin hyödykkeisiin.

Toimintamenot

Taksonomiakelpoisia toimintamenoja määritettäessä Alma Media sisällyttää osoittajaan tuotteiden ja palveluiden suorat toimintamenot, jotka liittyvät taksonomiakelpoisiin taloudellisiin toimintoihin. Nimittäjä sisältää suorat kulut, jotka liittyvät tutkimukseen ja kehitykseen, rakennusten korjaustoimenpiteisiin, vuokrasopimuksiin, ja ylläpitoon ja korjauksiin, sekä aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden muut suorat kulut.

Taulukko 1: Liikevaihto

Taloudelliset toiminnot	Koodit	Liikevaihto FY2022	Liikevaihto FY2021	Edistää merkittävästi ympäristötavoitetta							Ei aiheuta merkittävää haittaa ympäristötavoitteelle								Sis.		M	S
				Osuus liikevaihdosta	Ilmastonmuutoksen hillintä	Ilmastonmuutokseen sopeutuminen	Vesivarat ja merten luonnonvarat	Kiertotalous	Ympäristön pilaantuminen	Biologinen monimuotoisuus ja ekosysteemit	Ilmastonmuutoksen hillintä	Ilmastonmuutokseen sopeutuminen	Vesivarojen ja merten luonnonvarojen kestävä käyttö ja suoje-lu	Siirtyminen kiertotalouteen	Ympäristön pilaantumisen ehkäiseminen ja vähentäminen	Biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien suoje-lu ja ennal-listaminen						
		M€	M€	%	%	%	%	%	%	%	K/E	K/E	K/E	K/E	K/E	K/E						
Taksonomiakelpoinen ja -mukainen																						
Datavetoiset ratkaisut kasvihuonepäästöjen vähentämistä varten	8.2	7,7	6,8	2,5	0	2,5	0	0	0	0	K	K	K	K	K	K	Noudattaa	2,5	2,5	N/A		
Radio- ja televisio- ja muu mediatoiminta	8.3	77,5	68,9	25,1	0	25,1	0	0	0	0	K	K	K	K	K	K	Noudattaa	25,1	25,0	M		
Koulutus	11.1	15,0	13,7	4,9	0	4,9	0	0	0	0	K	K	K	K	K	K	Noudattaa	4,9	5,0	M		
Yhteensä		100,1	89,4	32,4	0	32,4	0	0	0	0	K	K	K	K	K	K	Noudattaa	32,4	32,5			
Taksonomikelpoinen, mutta ei-mukainen																						
Ei taloudellisia toimintoja		0	0	0	0	0	0	0	0	0								0	0			
Taksonomiakelpoinen osuus		100,1	89,4	32,4	0,0	32,4	0	0	0	0	K	K	K	K	K	K	Noudattaa	32,4	32,5			
Ei-taksonomiakelpoinen osuus																						
Markkinapaikat, luokiteltu ilmoittelu		122,3	96,4	39,6																		
Printtimedia		41,2	43,2	13,3																		
Muut toiminnot		45,1	46,3	14,6																		
Yhteensä		208,6	186,0	67,6																		
Yhteensä, koko liikevaihto		308,8	275,4	100																		

Taulukko 2: Pääomamenot

[illegible]

Taulukko 3: Toimintamenot

[illegible]

	Henkilöstö- määrä	Naisia esihenkilöinä, %	Miehiä esihenkilöinä, %
Suomi	1 029	45	55
Tsekki	432	25	75
Baltia: Viro, Latvia, Liettua	75	50	50
Slovakia	124	18	82
Kroatia	95	50	50
Bosnia	47	50	50
Ruotsi	16	0	100
Muut	35	25	75
Yhteensä	1 831	38	62

Vastuullinen media

Keskeisin yhtiön medioiden vastuullisuustavoite on sisällön totuudenmukaisuus, lähteiden luotettavuus, sisällön virheettömyys ja hyvän kauppatavan edistäminen. Yhtiö ei ota tai anna poliittisia tai muita tukia, jotka voisivat vaarantaa sen riippumattomuuden. Alma Median mediat myöntävät mainontaa koskevia alennuksia yhteiskunnallisille toimijoille, kuten kansalaisjärjestöille ja yhdistyksille, sekä vaalimainontaa tekeville puolueille ja vaaliehdokkaille, mutta ehdot ovat kaikille yhtäläiset. Yksi mittareista on medioille osoitettujen Julkisen sanan neuvoston (JSN) langettavien päätösten määrä, jonka ei tule ylittää viiden (5) langettavan päätöksen raja-arvoa. Raportointivuonna Alma Median Iltalehti sai kaksi langettavaa päätöstä julkisen

sananeuvostolta. Toisessa päätöksessä JSN totesi, että Iltalehden olisi pitänyt merkitä lehden omaa Iltalehti Plus -palvelua käsittelevä uutinen selkeämmin mainokseksi. Toisen langettavan päätöksen mukaan Iltalehti korjasi eräissä uutisissa olleen virheen liian hitaasti. JSN käsitteli vuonna 2022 yhteensä 41 kantelua Suomessa ja asetti yhteensä kahdeksan langettavaa päätöstä.

Yhtiön medioilla on lisäksi vuosittaiset kehitystavoitteet yhteiskunnan kestävä kehityksen edistämiseksi. Talous- ja ammattimedia Kauppalehti ja Tekniikka & Talous asettivat oman erityisen asiansanan jokaiseen ilmastonmuutokseen ratkaisuja tarjoavaan toimitukselliseen artikkeliin. Asiasana helpottaa lukijaa löytämään ilmastonmuutoksen hillitsemiseen ratkaisuja tarjoavia sisältöjä ja parantaa median vaikuttavuuden todentamista kansalaisten ja yritysten tietoisuuden kasvattamisessa. Ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi ratkaisuja tarjoavia artikkeleita julkaistiin Kauppalehdessä yhteensä 180 kappaletta ja Tekniikka & Taloudessa 203. Yhteensä näitä artikkeleita luettiin 1,5 miljoonaa kertaa. Vuonna 2022 Iltalehden ja Kauppalehden toimituksia koulutettiin JSN:n langettavien päätösten taustoista ja Iltalehdessä järjestettiin toimituksen omasta toiveesta myös monimuotoisuuden terminologiaan liittyvää koulutusta yhteistyössä sateenkaari-ihmisten ihmisoikeus- ja kansalais-

	alle 30 vuotta	30–50 vuotta	yli 50 vuotta	Määrä- aikainen	Vakituinen	koko- aikainen	osa- aikainen	Kaikki yhteensä
Baltia	17 %	76 %	7 %	0 %	100 %	93 %	7 %	100 %
Bosnia ja Hertsegovina	21 %	77 %	2 %	32 %	68 %	100 %	0 %	100 %
Kroatia	13 %	84 %	3 %	0 %	100 %	89 %	11 %	100 %
Muut toimintamaat	15 %	85 %	0 %	8 %	92 %	100 %	0 %	100 %
Ruotsi	19 %	75 %	6 %	6 %	94 %	88 %	12 %	100 %
Slovakia	19 %	78 %	3 %	1 %	99 %	97 %	3 %	100 %
Suomi	18 %	62 %	20 %	7 %	93 %	88 %	12 %	100 %
Tsekki	15 %	82 %	3 %	9 %	91 %	85 %	15 %	100 %

järjestö SETA:n kanssa. Lisäksi Iltalehden toimittajille järjestettiin koulutus journalismia koskevasta lainsäädännöstä.

Markkinoinnin todenperäisyys ja kuluttajan harhaanjohtamisen estäminen on yhtiön medioissa ja palveluissa julkaistaville kampanjoille perusedellytys. Mainonnan automatisoituminen ja kansainvälistyminen sekä digitaalisen mainonnan ekosysteemin monimutkaistuminen edellyttävät Alma Medialta merkittäviä panostuksia laadukkaan ja turvallisen mediaympäristön ylläpitämiseksi. Yhtiö vahvistaa järjestelmällisesti teknisiä kyvykkyksiään ja henkilöstönsä osaamista varmistaakseen, ettei sen verkko- tai mobiilipalveluissa julkaista mainospetoksia tai hyvää markkinointitapaa rikkovia mainoksia eikä käyttäjätietoja kerätä tai käytetä mainonnan yhteydessä väärin. Alma Media noudattaa markkinointia koskevaa lainsäädäntöä sekä markkinointiviestintäalan itsesääntelyä monitoroidessaan asiakkaidensa mainontaa sekä toteuttaessaan medioidensa- ja palveluidensa markkinointiviestintää. Yhtiö toimii aktiivisesti kehittääkseen koko markkinointiviestintäalan digitaalisen markkinoinnin osaamista Suomessa.

Yhtiö edistää hyvää kauppatapaa ja noudattaa Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisääntöjä ja mainonnan eettisen neuvoston ohjeita. Keskeisin vastuul-

lista toimintaa ohjaava periaate onkin, että yhtiön verkko- tai mobiilipalveluissa ei esiinny mainoksia, jotka rikkoisivat Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöstä. Raportointivuonna yksittäinen ohjelmallisesti ostettu kansainvälisen toimijan uhkapelimainos onnistui läpäisemään sivustomme teknisen suojauksen ja oli hetken aikaa julki sivustollamme. Se poistettiin nopeasti, koska ulkomainen uhkapelimainonta ei ole Suomessa sallittua. Alma Media ei saanut toimintamaissaan huomautuksia mainonnan eettisyyttä valvovilta viranomaisilta tai markkinointialan omilta itsesääntelyelimiltä.

Vastuulliset markkinapaikat ja palvelut

Yhtiö kehittää verkkopalveluitaan pitkäjänteisesti tavoitteenaan tarjota kuluttajille ja mainostajille turvallisia, monipuolisia ja asiakaskokemukseltaan parhaita palveluita. Liiketoiminnan menestykselle on keskeistä, että digitaalisten palveluiden käyttäjät voivat luottaa siihen, että heidän asiakastietojaan säilytetään, hallinnoidaan ja hyödynnetään vastuullisesti. Alma Media arvioi onnistumistaan vastuullisena digitaalisena toimijana ensisijaisesti yhtiön palveluiden käyttäjien näkökulmasta. Siksi vastuullisuustyön painopisteeksi on valittu palveluiden turvallisuus, johon liittyy kaksi vuotuista tavoitetta. Ensimmäisen tavoitteen mu-

kaisesti yhtiön verkkopalveluissa ei saisi tapahtua yhtään vakavaa tietosuojarikkomusta. Yhtiö toimitti raportointivuoden aikana tietosuojaviranomaiselle yhden (1) henkilötietojen tietoturvaloukkausilmoituksen ja vastaanotti yhteensä nolla (0) selvityspyyntöä. Lisäksi yhtiö vastaanotti Liikenne- ja viestintävirastolta 2 kappaletta selvityspyyntöjä liittyen evästeiden käyttöön verkkosivuilla. Tapaukset eivät ole johtaneet langettavaan päätökseen tai korvausvelvollisuuteen viranomaispäätöksellä. Raportointivuoden aikana yhtiössä ei käyty käyttäjän yksityisyyteen liittyviä oikeudenkäyntejä.

Alma Median liiketoimintaympäristö on jatkuvassa muutoksessa. Siksi yhtiössä tarkastellaan säännöllisesti tietoturvallisuuden vaikuttavia riskejä ja valmiuksia reagoida muuttuvan ympäristön riskeihin. Tietoturvaa ja tietosuojaa vahvistetaan kulloinkin tarpeen mukaan riskien pienentämiseksi. Näiden havaittujen riskien (sekä ulkoisten että sisäisten uhkien) lieventämiseksi Suomen ulkopuoliset yksiköt on integroitu konserniverkkoon, mikä on tuonut kaikki yksiköt saman tietoturva- ja -kontrollien sekä käyttäjä- ja pääsynhallinnan piiriin. Yhtiön tietosuojakuvauksessa on kerrottu tietojen keräämiseen, käyttöön ja säilyttämiseen liittyvät, lainsäädännön mukaiset, yhtiön vastuut ja velvoitteet ja käytännöt. Alma Mediassa verkkopalveluiden käyttäjiltä pyydetään

tarvittavat luvat ja tietoja käytetään ensisijaisesti käyttäjän tilaaman palvelun toimittamiseksi, käyttökokemuksen kehittämiseksi ja käyttäjien odotuksiin vastaamiseksi. Toissijaisesti käyttäjien tietoja hyödynnetään muun muassa käyttäjän kiinnostukseen ja käyttäytymiseen perustuen relevantin mainonnan ja sisällön kohdentamiseksi.

Toimintaympäristön muuttuessa merkittävästi epävakaaammaksi vuonna 2022 Alma Media päivitti yhtiön liiketoiminnan jatkuvuussuunnitelman. Jatkuvuussuunnitelman tavoite on mahdollistaa liiketoiminnan jatkuminen ongelmallisissa olosuhteissa ottamalla käyttöön asianmukainen strategia ja toimenpiteet ihmisten ja omaisuuden suojelemiseksi. Toiminnan jatkuvuussuunnittelmasa hahmotetaan katastrofitilanteiden potentiaalisia vaikutuksia liiketoimintaan ja kuvataan näihin tilanteisiin liittyvä politiikka, jolla varmistetaan yrityksen nopea toipuminen mahdollisen kriisin jälkeen.

Yhtiön omistamien verkkopalveluiden teknisestä kehittämisestä, palveluiden tietosuojan ja -turvan suositusten ja vaatimusten mukaisuudesta sekä henkilöstön tietosuoja- ja -turvaosaamisen päivittämisestä vastaa liiketoimintayksiköiden johto yhdessä ICT-organisaation ja lakiosaston kanssa.

Diversiteetti, tasa-arvo ja inklusio

Tasa-arvoisen ja monimuotoisen työyhteisön kehittämiseksi pohjan tarjoavat Alma Mediassa muun muassa säännöllisesti toteutettavat henkilöstökyselyt. Kyselytulokset, palkka-analyysit ja muu henkilöstödata ovat lähtökohtana, kun Suomen yksiköt päivittävät henkilöstöhallinnan ohjauksessa yhdenvertaisuus-, monimuotoisuus- ja tasa-arvosuunnitelmansa kahden vuoden välein. Suunnitelmissa käsitellään esimerkiksi palkkaeroja, määräaikaisten työsuhteen perusteita sekä työtehtäväkohtaista sukupuolijakaumaa yksikössä.

Alma Media palkkaa uusia työntekijöitä vain perustuen heidän osaamiseensa, kykyihinsä ja soveltuvuuteen. Kaikilla almalaisilla on oikeus:

- oikeudenmukaiseen ja kannustavaan palkkaukseen,
- osaamisen kehittämiseen,
- palautteen saamiseen,
- tietoon yhtiöstä,
- turvalliseen, miellyttävään, uudistuvaan ja kehittyvään työympäristöön, sekä
- yksityisyyden ja yksityiselämän kunnoitukseen.

Yhtiön eettisten toimintaperiaatteiden mukaan (Code of Conduct) jokaisen almalaisen on kunnioitettava perusoikeuksia. Alma Media ei salli syrjintää ikään, sukupuoleen, rotuun, ihonväriin,

kansallisuuteen tai etniseen alkuperään, uskontoon, vakaumukseen, perhesuhteisiin, seksuaaliseen suuntautumiseen tai mahdolliseen työrajoitteeseen liittyen.

Alma Medialla on nollatoleranssi työtekijöidensä syrjinnän ja epäasianmukaisen kohtelun suhteen. Yhtiö raportoi vuosittain, onko tapauksia tullut ilmi. Vuoden 2022 aikana raportoituihin kuudesta (6) epäilystä liittyen kiusaamiseen tai seksuaaliseen häirintään. Kaikki tietoon tulleet tapaukset on käsitelty perusteellisesti, vaadittavat toimenpiteet toteutettu ja vuoden loppuun mennessä kaikki kuusi tapausta on loppuun käsitelty.

Alma Median hallitukseen kuului vuonna 2022 kahdeksan jäsentä. Heistä kaksi oli naisia (25 %). Hallituksen jäsenten keski-ikä oli 52 vuotta. Alma Median johtoryhmässä oli raportointivuonna kymmenen jäsentä, joista kolme (30 %) oli naisia. Johtoryhmän keski-ikä oli 55 vuotta. Naisten osuus koko konsernin esihenkilöistä oli 38 prosenttia, Suomessa 45 prosenttia. Tarkempi erittely työntekijöiden jakaumasta on nähtävissä taulukossa 8.

Alma Median henkilöstöstä yli 90 % työskenteli raportointivuonna vakituisessa työsuhteessa. Pääosa Alma Median työntekijöistä työskenteli kokoaikaisesti. Alma Median Suomen toimintojen erityispiirre oli aiempien vuosien tavoin

freelance-työvoiman hyödyntäminen, joka keskittyi Alma Median medioihin. Yhtiön mediat työllistivät vuosittain oman toimituskuntansa ohella kymmeniä freelance-sopimuksilla työskenteleviä kuvaajia ja toimittajia, joilta tilataan juttuja, videoita ja valokuvia toimituksen tarpeen mukaisesti. Raportointivuonna kaikissa Alma Median maayksiköissä suurimman ikäryhmän muodostivat 30–50-vuotiaat työntekijät. Suomessa henkilöstöstä alle 30-vuotiaita ja yli 50-vuotiaita oli lähes yhtä paljon. Muissa toimintamaissa toiseksi suurin ikäryhmä olivat alle 30-vuotiaat. Tarkemat maakohtaiset tiedot henkilöstön työsuhtedetypeistä, ikäjakaumasta sekä työsuhteiden pituudesta ovat nähtävillä taulukossa sivulla 32.

Tasa-arvoisen ja monimuotoisen työyhteisön kehittämiseksi raportointivuonna selvitimme kyselyllä henkilöstön kokemusta diversiteetin, tasa-arvon ja inklusion toteutumisesta Alma Median kaikissa toimintamaissa. Kyselyyn vastasi yhteensä 596 henkilöä ja kyselyn vastausprosentti oli 40 %. Kyselyn vastausten perusteella työntekijöillä on yhdenvertaiset mahdollisuudet kehittää omaa osaamistaan ja Alma nähdään joustavana työnantajana elämän eri tilanteissa. Tulosten perusteella almalaiset kokevat työyhteisön tasa-arvoisena ja yhdenvertaisena. Tuloksia tullaan hyödyntämään näiden teemojen kehitystyössä.

Jatkoimme henkilöstön valmentamista työpajoissa, joiden tavoitteena oli kasvattaa henkilöstön monimuotoisuuden arvostusta ja erilaisuuden näkemistä voimavarana. Vuoden 2022 loppuun mennessä noin 700 Alman työntekijää on osallistunut edellä mainittuihin työpajoihin. Noudatimme myös monipaikkaisen työn periaatteitamme, jotka helpottavat ja lisäävät joustoa yksilöllisten elämäntilanteiden ja työn yhdistämisessä ja parantavat työhyvinvointia. Tarjosimme vuoden 2022 aikana henkilöstölle mahdollisuuden kasvattaa monimuotoisuuteen ja inklusioon liittyvää osaamistaan verkkovalmennusten muodossa. Alma Media osallistui kesäkuussa Pride-viikkoon ja sateenkaaren värit näkyivät Alman toimistoilla, Teams-taustakuvissa sekä sosiaalisen median kanavissa. Lisäksi Alma avasi Pride-kuukauden ajaksi kaksi teemaan liittyvää koulutusta kaikille avoimeksi Alman digitaalisessa koulutuspalvelussa Seduossa: **Sateenkaariviestinnän perusteet** ja **Hyvä tiimi on inklusiivinen tiimi**.

Hyvinvoiva ja osaava henkilöstö

Jatkuvasti muuttuvassa liiketoimintaympäristössä osaamisen kehittäminen on avainasemassa tulevaisuuden kilpailukykyyn turvaamiseksi. Yhtiön henkilöstöstrategia tukee Alma Median liiketoimintaa muun muassa henkilöstön tavoitteellisen osaamisen kehittämisen keinoin. Sen lähtökohtana ovat osaamistavoitteet, jotka on määritelty vähintään tiimitasoisesti.

Yhtiön tavoitteena on, että jokaiselle työntekijälle on laadittu henkilökohmainen suunnitelma oman osaamisen kehittämiseksi. Tavoitteellista osaamisen kehittämistä seurataan esihenkilöiden ja työntekijöiden välisissä kahdenvälisissä keskusteluissa. Alma Media järjestää työntekijöiden osaamisen kasvattamista tukevia valmennuskokonaisuuksia ja panostaa henkilöstön yhdessä oppimiseen sekä osaamisen jakamiseen järjestämällä muun muassa mentorointiohjelmia, osaa- mistyöpajoja ja teematapahtumia. Yhtiö kehittää esihenkilötyötä pitkäjänteisesti valmennuksin ja rakentaa kansainvälistä esihenkilöverkostoa, jonka puitteissa jaetaan parhaita johtamisen käytäntöjä.

Alma Media mittaa onnistumistaan osaajien sitouttamisessa ja osaamisen kehittämisessä vuotuisilla henkilöstötutkimuksilla, joissa selvitetään monipuolisesti työntekijöiden kokemusta työyhteisön toimivuudesta ja Alma Mediasta työnantajana. Kyselyistä laajin on vuosittain kaikissa yksiköissä toteutettava, työelämän laatua mittaava QWL-tutkimus. Siinä tavoitteeksi on asetettu vähintään 83 prosentin QWL-indeksi, jonka Alma Media ylitti raportointivuonna 83,1 prosentin tuloksellaan. Työyhteisön tilaa mitataan vuosittain myös selvittämällä, kuinka todennäköisesti työntekijät suosittelevat Alma Mediaa työnantajana. Yhtiön tavoitteena on saada arvosanak-

seen vähintään 8 asteikolla 1–10. Tässä mittauksessa Alma Media sai arvosanakseen 8,3 (eNPS 43).

Kyselyiden ohella Alma Media arvioi onnistumistaan työnantajana seuraamalla, kuinka moni uusi työntekijä jää konserniin pitkäaikaisesti töihin. Tavoitteena on, että uusista työntekijöistä 90 prosenttia jatkaisi yhtiön palveluksessa kahden vuoden kuluttua aloittamisestaan. Suomessa uusina työntekijöinä kaksi vuotta aiemmin aloittaneista työntekijöistä yhtiön palveluksessa jatkoi raportointivuonna 86,5 prosenttia. Alma Median omaehtoinen lähtövaihtuvuus oli yhtiön kaikki toimintamaat huomioiden keskimäärin 10,2 prosenttia.

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 Mediassa käytetään yhtenäistä riskien arviointi- ja raportointimallia.

Riskeihin liittyen yhtiö seuraa myös kansallisten, EU-tason ja kansainvälisten säännösten/sopimusten kehitystä. Riskimatriisissa riskit priorisoidaan riskin merkityksen mukaisesti arvioimalla riskin toteutumisen euromääräisiä vaikutuksia ja todennäköisyyttä. Toteutumisen vaikutusta arvioitaessa huomioidaan euromääräisten vaikutusten lisäksi myös mm. maine- ja ympäristövaikutukset. Kukin segmentti, toiminto ja yksikkö vastaa omaan toimintaansa liittyvien riskien hallinnasta.

Yhtiön merkittävimmät strategiset riskit liittyvät olemassa olevien markkina- paikkojen liiketoimintamallien nopeaan muutokseen, kuluttajien mediakäytön muuttumiseen sekä tietosuojaa koskeviin loukkauksiin. 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 aktivointitekniologiaa.

Kolmannen osapuolen evästeiden käytön mahdollinen rajoittaminen aiheuttaa, ainakin lyhytaikaisia, epävarmuustekijöitä digitaaliseen mainosmyyntiin. Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkinakäytännöt 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 merkittävistä henkilöstön terveyteen kohdistuvista riskeistä johtuen aiheuttaa oleellisia tuotantokatkoksia liiketoimintaprosesseihin.

Koronapandemian lisäksi geopoliittiset riskit Alma Median toimintamaissa voivat merkittävästi vaikuttaa palveluiden kysyntään.

Operatiivisista riskeistä merkittävimmät ovat kyber-riskit, tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä päivittäiseen uutistuotantoon liittyvät keskeytykset. Tietoturvariskejä hallitaan mm. paranta-

malla ennakoivaa automaatiota palvelinhyökkäysten havaitsemiseksi ajoissa ja kouluttamalla säännöllisesti henkilöstöä tietoturvaan ja tietosuojaan liittyen.

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.

Median ja palveluiden vastuullisuuden rapautumiseen liittyvät riskit

Suomessakin luottamus mediaan on heikentynyt, vaikka se on yhä kansainvälisissä vertailuissa korkealla. Alma Median liiketoiminta perustuu luottamukselle. Lukijoiden, mainostajien ja digitaalisten palveluiden käyttäjien on kyettävä luottamaan, että yhtiö julkaisee totuudenmukaisia, puolueetonta ja moniarvoista sisältöä, tarjoaa turvallisen mainosympäristön ja sen digitaalisia palveluita on turvallista käyttää. Säilyttääkseen lukijoidensa ja asiakkaidensa luottamuksen Alma Media kehittää määrätietoisesti henkilöstönsä osaamista ja teknologia-kyvykkyksiä ja on asettanut vastuullista journalismia ja markkinointia sekä digi-

taalista vastuutaan koskevia vuosittaisia ja pidempiaikaisia kehitystavoitteita, jotka ovat osa henkilöstön kannustepe- rusteita. Päivittäistä työtä toimituksissa, mediamyynnissä ja ICT-organisaatiossa ohjaavat myös vastuullista tietosuojaa ja -turvaa, vastuullista journalismia ja markkinointia koskevat sääntelyelinten päätökset, eri kanavista saatu asiakas- ja lukijapalaute sekä lukija- ja asiakastyty- väisyyystutkimusten tulokset.

Ympäristöriskit

Alma Media on vastuullisuuden olennai- suusarvionsa perustella arvioinut, että strateginen päätös investoida digitaaliseen liiketoimintaan vähentää yhtiön ilmastomuutokseen ja ympäristöön liit- tyviä riskejä. Lyhyellä aikavälillä lämpe- nevät talvet vaikeuttavat alihankkijoina toimivien paperintuottajien puunkor- juuta metsistä, mikä voi nostaa paperin hintaa. Lisäksi kiristyvällä kansallisella ja EU-ilmastolainsäädännöllä saattaa olla kustannusvaikutuksia Alma Median ali- hankintaketjussa, esimerkiksi paperin tai jakelukustannusten muutokset vaikutta- vat printtijulkaisujen kustannuksiin. Alma Median sisältömyynnistä noin 66 % (32 milj. euroa) on printtiä. Pidemmällä ai- kavälillä ilmastomuutoksesta johtuvien sään ääri-ilmiöiden arvioidaan lisäävän digitaalisten palveluiden palvelukatkok- sen riskiä Alma Median toimintamaissa.

Alma Media hallitsee ympäristöriskejään kehittämällä systemaattisesti toimintojaan tieteeeseen perustuvien SBTi-ilmastotavoitteidensa mukaisesti sekä sitoutamalla myös avaintoimittajiaan yhtiön ilmastotavoitteisiin.

Hankintojen osalta ympäristöriskejä pienentää Alma Median toiminta 11 Euroopan maassa. Hankinnat kaikissa maayksiköissä on keskitetty kotimaahan tai lähialueille, joissa yhtiötä valvotaan kattavasti. Digitaalisten palveluiden palvelukatkoksien riskiä pienennetään toimintavarmuutta kehittämällä. Toimintavarmuutta on parannettu siirtymällä pilvipalveluihin, ja ostamalla muu tarvittava palvelinkapasiteetti nykyaikaisista palvelinkeskuksista.

Sosiaaliset ja henkilöstöasioihin liittyvät riskit

Alma Median liiketoiminnan kehitys on vahvasti riippuvaista henkilöstön osaamisen suunnitelmallisesta kehittämisestä sekä yhtiön kyvystä houkutella ja sitouttaa osaavia, motivoituneita työntekijöitä. Kilpailu monista yhtiön uudistumis- ja kilpailukyvyyn kannalta keskeisistä osajaryhmistä on kovaa. Siksi Alma Media pitää suurimpana henkilöstöön liittyvänä riskinään riittävää osaamisen kehittymistä sekä epäonnistumista sitouttaa osajajia yhtiöön.

Yhtiö hallitsee henkilöstöriskiään kehittämällä pitkäjänteisesti työnantajakuvaansa, rekrytointiaan, esimiestyötään ja johtamistaan.

Henkilöstöstrategiansa mukaisesti yhtiö panostaa myös urahjaukseen ja tarjoaa työntekijöille monipuolisesti mahdollisuuksia työssäoppimiseen ja osaamisen jatkuvaan kehittämiseen.

Alma Media arvioi riskienhallintansa onnistumista muun muassa seuraamalla edistymistään vastuullisuustavoitteissa, jotka liittyvät kykyyn sitouttaa uusia työntekijöitä, työntekijäkokemukseen ja yhtiön työnantajakuvaan vahvistumiseen. Tavoitteiden edistymisestä raportoidaan vuosittain.

Epäeettisiin liiketoimintatapoihin liittyvät riskit ja ihmisoikeusrikkomukset

Alma Medialla on laaja ja monimuotoinen alihankintaverkosto, joka ulottuu sisälöntuotantoa harjoittavista yhden hengen yrityksistä isoihin kansainvälisiin konserneihin. Liiketoimintaa harjoitetaan 11 maassa. Yhtiön alihankkijoiden tai henkilöstön eettistä liiketoimintatapaa rikkovat toimintatavat saattaisivat aiheuttaa Alma Medialle taloudellisia tai lainsäädännöllisiä seuraamuksia ja vahingoittaisivat yhtiön mainetta. Varmistaakseen, että yhtiön

liiketoiminnassa noudatetaan yhdenmukaisia eettisiä periaatteita Alma Media edellyttää jokaisen työntekijän ja merkittävempien alihankkijoidensa sitoutuvan yhtiön eettisiin periaatteisiin ja kehittää määrätietoisesti organisaatiokulttuuriaan ja toimintatapojaan sekä pyrkii minimoimaan riskejä muun muassa tavoiteasetannan, raportoinnin ja viestinnän keinoin.

Jatkuvuussuunnitelma päivitetty

Raportointivuonna toimintaympäristön muuttuessa merkittävästi epävakaimaksi Alma Media päivitti yhtiön liiketoiminnan jatkuvuussuunnitelman. Se on tärkeä osa yhtiön riskienhallintaa ja turvaa yrityksen toiminnan jatkumisen häiriötilanteessa. Se kuvaa systemaattisesti tiettyjen toimintojen, prosessien tai järjestelmien jatkuvuuden varmistamista ja palautumista häiriötilanteessa, sisältäen ne toimenpiteet, joita otetaan käyttöön häiriön sattuessa. Näin vahinkoja pyritään vähentämään ja palautumista nopeuttamaan.

Liiketoiminnan jatkuminen varmistetaan ongelmallisissa olosuhteissa ottamalla käyttöön asianmukainen strategia ja toimenpiteet ihmisten ja omaisuuden suojelemiseksi. Jatkuvuussuunnitelmassa hahmotetaan katastrofitilanteiden potentiaalisia vaikutuksia liiketoimintaan

ja kuvataan näihin tilanteisiin liittyvä politiikka, jolla varmistetaan yrityksen nopea toipuminen mahdollisen kriisin jälkeen.

Johtuen kevään 2022 muutoksista uhkakuvien suhteen, Alma Mediassa toteutettiin kriittisten järjestelmien tietoturvakontrolleille ns. kovenus parantamaan häiriösietoisuutta ja häiriötilanteista palautumista. Henkilötietojen tietoturvaloukkauksiin reagoimista tehostettiin päivitetyllä ohjeistuksella, josta laadittiin myös erillinen versio yhtiön alihankkijoille.

Riski	Riskin määritelmä	Riskiä vähentävät toimet
STRATEGISET RISKIT		
Muutokset median käytössä ja markkinapaikkojen liiketoimintamalleissa	Toimialan muutos mediakäytön muutosten ja teknologian kehittämisen myötä. Tuote- ja palvelukehityksen kyky arvioida kulutus-käyttäytymisen muutoksia tai panostaa oikeisiin teknisiin palveluratkaisuihin.	Liiketoiminnan kehittäminen asiakastarve edellä. Digitaalisen liiketoiminnan kilpailukykyä edistävät toimenpiteet. Sisällön kiinnostavuuden takaaminen. Medioiden käyttöliittymien ja esimerkiksi ostopolkujen ja maksujärjestelmien kehittäminen. Riittävät investoinnit ja resurssit tutkimus- ja kehitystoimintaan.
Kilpailukentän muutos ja kiristynyt kilpailu	Kansainvälisten alustatoimijoiden liiketoiminnan laajentuminen, toimialaliikumien, hintakilpailukyvyn heikentyminen. Alustatoimijoiden tekniset ratkaisut tai toteutukset, jotka rajoittavat muiden yhtiöiden toimintaa. Verotusta koskevat mahdolliset lakimuutokset.	Palveluliiketoiminnan kehitys, nykyliiketoiminnan aktiivinen kehittäminen, tulonlähteiden monipuolistaminen, liiketoiminnan maantieteellinen hajauttaminen.
Digitaalisen median yleisö ja digitaalinen mainonta	Tilaaja- ja lukijamäärien merkittävä lasku, digitaalisen, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä palveluiden hinnoittelupaineet.	Vuorovaikutteisen media-lukijasuhteen ylläpitäminen ja kehittäminen, asiakastytyväisyyttä mittaavat tutkimukset, yhteistyö Alma Median sisällöntuotannossa, sisältömyynnissä ja mainosmyynnissä, tukitoiminnoissa ja tuotekehityksessä. Jakelukumppanuudet ja kustantajayhteistyö.
Asiakasdata, kolmannen osapuolen evästeiden käytön rajoittaminen	Kyky hyödyntää yhä kasvavaa asiakasdatan määrää parempien ja kohdennetumpien palveluratkaisujen tarjoamisessa. Tuote- ja palvelukehityksen kyky arvioida asiakastarpeen muutoksia. Tietosuoja-asetusta tai muuta tietosuojasääntelyä koskevat rikkomukset. Kolmannen osapuolen evästeitä ei voida käyttää datan keräämiseen ja sen myötä mainonnan ja sisältömyynnin kohdennuksiin.	Liiketoiminnan kehittäminen asiakastarve edellä. Digitaalisen liiketoiminnan kilpailukykyä ja datan hallintaa edistävät toimenpiteet. Riittävät investoinnit ja resurssit datan hallintaan ja järjestelmiin sekä tietosuojakäytäntöjen ja henkilöstön osaamisen kehittäminen. Palveluiden omien rekisteröityjen käyttäjien sekä Alma-tunnuksen käytön määrän kasvattaminen.
Globaali pandemia ja sen jatkuminen	Laaja-alainen pandemia voi merkittävästi vaikuttaa toisaalta palveluiden ja tuotteiden kysyntään sekä toisaalta aiheuttaa oleellisia tuotantokatkoksia liiketoimintaprosesseihin merkittävistä henkilöstön terveyteen kohdistuvista riskeistä johtuen.	Toimintaympäristön seuranta ja riittävän nopea reagointi muuttuvaan tilanteeseen. Organisaation kyky sopeutua vallitseviin olosuhteisiin. Henkilöstön työturvallisuustoimenpiteet.
GDPR ja tietosuoja	Tietosuoja-asetuksen käytännön soveltamiseen liittyvät viranomais-tulkinnat ja EU:n laajentuva datasääntely.	Sisäinen koulutus, säädösten ja viranomais-tulkintojen seuranta, prosessien rakentaminen lainsäädännön vaatimiin muutoksiin organisaatiossa.
Datasääntely	EU:n datasääntelypaketin (DSA, DMA, DGA, Data Act, AI Act) lopullinen muoto ja vaikutus eivät ole vielä selvillä, mutta pahimman skenaarion mukaiset vaikutukset Alma Median liiketoimintaan voivat olla merkittäviä.	Skenaarioanalyysit ja valmistautuminen erilaisiin lopputulemiin yhdessä liiketoiminnan kanssa. Sisäinen koulutus, säädösten ja viranomais-tulkintojen seuranta, tietoisuuden nostaminen lainsäädännön vaatimiin muutoksiin organisaatiossa.
Osaaminen; osaavan henkilöstön säilyttäminen, rekrytointi ja kehittäminen	Teknologian kehittämisen ja vaativuuden myötä kasvanut riski saada, sitouttaa ja ylläpitää riittävää osaamista.	HR-strategia, avainhenkilöiden sitouttaminen, lisäresurssoinnit ja trainee-ohjelmat, työhyvinvointi.
Geopoliittiset riskit	Geopoliittiset riskit toimintamaissamme voivat vaikuttaa merkittävästi palvelujen kysyntään ja myös aiheuttaa merkittäviä tuotanto-häiriöitä liiketoimintaprosesseissa.	Jatkuva seuranta ja nopea reaktio muuttuvaan ympäristöön. Organisaation kyky mukauttaa toimintaansa vallitseviin olosuhteisiin. Tarvittaessa jatkuvuussuunnitelman mukainen toiminta.

Riski	Riskin määritelmä	Riskiä vähentävät toimet
OPERATIIVISET RISKIT		
Tietotekniikan, -verkon ja -liikenteen vakavat häiriöt ja niistä palautuminen	Tietoverkon toimintavarmuus. Kyvyttömyys palauttaa suurten häiriön jälkeen toiminnot tai tiedot asianmukaisesti, varmuuskopio-tiedot ovat vioittuneet tai niitä ei ole saatavilla.	Valmiussuunnitelmat, hajautetut palvelinratkaisut, pilveistäminen, riittävän osaamisen varmistaminen. Varmuuskopiointisuunnittelu ja -testaus. Yksi-tyiskohtaiset tavoitteet liiketoimintasegmenttien pilvi-infrastruktuurille ja palveluille, ja henkilöstötason vastuiden ja menettelyjen määrittely.
Kyberriskit	Riski joutua tietoturvahyökkäysten ja datavarkauksien kohteeksi.	Valmiussuunnitelmat ja riskienhallintatoimet, riittävän osaamisen varmista-minen, vakuuttaminen.
Päivittäisuutistuotannon häiriöt	Sisällöntuotantojärjestelmissä (esim. Newspilot, Writer, Open Con-tent) tai verkossa vakavia toimintaongelmia.	Järjestelmäsuunnittelu, varmuuskopiointi, ohjelmistotoimittajan tukisopi-mukset, reaktiiviset valmiudet. Palvelujen siirtyminen hallittuun julkiseen pilveen joustavuuden lisäämiseksi.
RAHOITUSRISKIT		
Korko- ja valuuttariskit	Koron tai valuutan muutos aiheuttaa merkittävän vaikutuksen yhti-ön tulos- tai taseasemaan.	Rahoituspolitiikka ja siinä määritellyt suojausperiaatteet.
Jälleenrahoitusriski	Yhtiö ei pysty uusimaan erääntyviä rahoitussopimuksia.	Rahoituspolitiikka, rahoitussuunnitelma ja -sopimukset, riittävän pitkä laino-jen maturiteetti ja riittävä omavaraisuusaste.
Likviditeettiriski	Yhtiö ei lyhyellä aikavälillä pysty suorittamaan erääntyviä velvoittei-ta.	Rahoituspolitiikka, riittävän suuruiset rahoituslimiittisopimukset.
MUUN KUIN TALOUDELLISEN TIEDON RAPORTOINTIIN LIITTYVÄT RISKIT		
Journalismiin liittyvät riskit	Median sisällön arvostuksen ja luotettavuuden rapautuminen. Toimitetun sisällön valvonta ja hallinta digitaalisessa ympäristössä haasteellista.	Toimitusten käytäntöjen kehittäminen ja henkilöstön osaamisen kehittämi-nen. Lukijatytytyväisyysmittaukset, asiakaskontaktit ja -palaute. Osallistumi-nen journalismin alan tapahtumiin ja toimielimiin.
Markkinointiin liittyvät riskit	Luotettavuus mainosympäristönä heikkenee. Hyvän markkinointi-tavan vastaisen tai lukukokemusta häiritsevän mainonnan julkaise-minen. Digimarkkinointiin, esim. ohjelmalliseen ostamiseen liittyvät eettiset riskit, kuten kumppaniriskit, turvallisen brändiympäristön tarjoaminen julkaisijana. Teknologiset riskit.	Asiakastytytyväisyysmittaukset, -kontaktit ja -palaute. Markkinointikäytäntö-jen ja henkilöstön osaamisen kehittäminen. Teknologiahankinnat.
Palveluntuottajiin liittyvät riskit	Maineriskit, jotka liittyvät palveluntuottajien, joilta Alma Media ostaa palveluita, epäeettiseen toimintaan.	Huolellinen riskien analysointi ennen sopimusten tekoa sekä seuranta, Alma Median eettiseen ohjeistukseen sitouttaminen.

Ilmastomuutokseen liittyvien riskien ja mahdollisuuksien tunnistaminen, arviointi ja hallinta

Alma Median ilmastoskenaarioissa pyritään tunnistamaan ilmastomuutokseen liittyvät riskit, mutta myös mahdollisuudet. Käytössä on kaksi erilaista skenaariota, jotka poikkeavat toisistaan mm. teknologisen kehityksen, sääntelyn ja poliittisen toimintaympäristön muutosten arvioinnin sekä ilmastomuutokseen liittyvän kunnianhimon tason perusteella. Skenaarioanalyysit perustuvat yhtiön sisäiseen toimialatuntemukseen ja ulkoisista lähteistä tehtyihin johtopäätöksiin. Liiketoiminnan muodostuessa 80 prosenttisesti digitaalisista lähteistä, ilmastomuutoksen ei nähdä muodostavan merkittävää välitöntä toiminnallista tai taloudellista riskiä yhtiölle. Sen sijaan digitaalinen liiketoiminnan skaalautuvuus, laaja tavoittavuus, digiosaaminen ja oma tuotekehitys tuovat mahdollisuuksia hillitä ilmastomuutosta omalla toiminnallaan yhtiön keskeisillä toimialoilla ja edistää vähähiiliseen yhteiskuntaan siirtymistä.

Optimistisin skenaario perustuu 1,5–2 celsiusasteen ja pessimistisempi 4 celsiusasteen lämpenemiseen. Molemmissa merkittävimpiä riskejä ovat transitoriskit. Akuutit ja krooniset fyysiset riskit ovat vallitsevia korkeamman lämpötilan skenaarioissa.

EU:n kunnianhimoiset ilmastotavoitteet, mutta vielä keskeneräinen digitaalinen liiketoimintaa koskeva sääntely ja ohjeistukset sekä vaihteleva soveltaminen yhtiön toimintamaissa muodostaa keskeisen epävarmuustekijän. Valtaosa yhtiön liiketoiminnasta jää vielä kokonaan esimerkiksi EU:n taksonomialuokituksen ulkopuolelle, mikä vaikeuttaa tavoitteen saavuttamista. Pariisin ilmastopöytäkirjaan sitoutunut Alma Media tukee kunnianhimoisia globaaleja ilmastotoimia päästöjen vähentämiseksi ja resurssitehokkuuden parantamiseksi.

Ilmasto liittyvät riskit

Ilmasto liittyvien riskien hallinta on integroitu yhtiön riskienhallinnan prosessiin ja noudattaa samoja toimintamalleja kuin muut merkittävät riskit ja epävarmuudet. Riskit tunnistetaan ja arvioidaan säännöllisesti ennalta määritetyn prosessin mukaisesti. Riskeille nimetään omistajat, jotka vastaavat riskien hallinnasta, riskit raportoidaan ja niitä seurataan säännöllisesti erilaisissa johdon ja asiantuntijoiden ryhmissä. Ilmasto liittyvät riskit jaetaan kahteen luokkaan: transitoriskeihin ja fyysisiin riskeihin. Tunnistetut fyysiset riskit ovat yleensä operatiivisten riskien luokassa, kun taas transitoriskit kuuluvat yleensä strategisten riskien luokkaan.

Taloudelliset vaikutukset:

Pieni 0–1 %
Keskitaso 3–5 %
Korkea 10–20 %

Aikahorisontti:

Lyhytaikainen: 1–2 vuotta
Keskipitkän aikavälin: 3–5 vuotta
Pitkäaikainen: 10–20 vuotta

Vaikutusten lisäksi arvioitu todennäköisyys (epätodennäköinen/todennäköinen/erittäin todennäköinen) ja ilmoitettu taloudelliset vaikutukset todennäköisyyden yhdistelmänä. Lämpötilaan, tuuleen, veteen ja kiinteään massa liittyvät riskit ja mahdollisuudet otettiin huomioon, ja merkittävimmät on lueteltu taulukossa.

Alma Median ilmastoskenaariot

	Aihe	Transitioon liittyvät riskit ja mahdollisuudet	Transitioon liittyvät riskit ja mahdollisuudet	Transitoriskiin varautuminen: hallinta tai sopeutuminen ja todennäköisyys	Taloudellinen vaikutus
		← Alle 2 astetta -ilmastomalli SSP1-2.6	→ +3-4 astetta -ilmastomalli SSP5-8.5		
Transitoriskit	Politiikat ja sääntely	- Siirtyminen vähähiiliseen yhteiskuntaan muodostaa yhtiölle riskejä, mutta tarjoaa myös mahdollisuuksia. - Hiilen hinnoittelu. Päästökauppajärjestelmät. Hiilirajavero. Hiilirajan säätömekanismi. - Finanssisektorin sääntely (SFDR) mahdollistaa vähähiilisellet yhtiölle edullisemman ulkopuolisen rahoituksen. - Lisääntyvä sääntely rajaa yhtiön kumppanivalintoja alihankinnassa. - Kasvava avoimuuden raportoinnin velvoite nostaa kustannuksia yhtiön sisällä, mutta tarjoaa myös liiketoimintamahdollisuuksia Alma Median toimiessa jo yritystiedon markkinalla. - Kasvava biodiversiteetin vaade voi rajoittaa vesivoiman käyttöä Alma Median Scope 1 -energian lähteenä.	- Ennakoimaton sääntely-ympäristö haastaa yhtiön toimintaa ja velvoitteiden täyttämisen. - Alueellisissa sopeutumisessa suuria eroja. - Liiketoimintaympäristö muuttuu vähemmän ennustettavaksi sekä Alma Median että asiakkaiden kannalta. - Luonnon monimuotoisuuden turvaaminen nousee ilmastotavoitetakin merkittävämmäksi tavoitteeksi, koska ilmastotavoitteita on lähes mahdotonta saavuttaa ilman biodiversiteetin turvaamista.	- Alma Median digitaaliseen kasvuun ja kehitykseen perustuva strategia tukee ilmastomuutoksen hillitsemistä. - Vähähiilinen liiketoimintamalli. - SBTi-tavoitteet: oman toiminnan ja alihankintaketjun päästöjen alenema. - Todennäköinen keskipitkällä aikavälillä.	Pieni
	Teknologia	- Teknologinen kehitys nopeutuu, mikä kiihdyttää digitalisaatiota, mutta kasvattaa yhtiön kustannuksia. - Teknologian kehitys mahdollistaa uuden ilmastolähtöisen liiketoiminnan kehittämisen.	- Sopeutumiseen tarvitaan kasvavia teknologiainvestointeja ja digitalisaation nopeaa kiihdyttämistä. - Asiakkaiden sopeutumista varten tarvitaan nopeaa teknologista kehitystä ja digitaalisia ratkaisuja. - Alma Media omaa digitaalisia kyvykkyyskehittämistä uusien vastuullisen kuluttamisen ja kiertotalouden palveluja.	- Alma Media varautuu jatkuvuussuunnittelulla teknologisten riskien tunnistamiseen ja reagointiin. - Yhtiö vahvistaa systemaattisesti omaa digi- ja teknologiaosaamistaan. - Palvelinten maantieteellinen hajauttaminen vähentää toimintakatkosten riskiä. - Erittäin todennäköinen lyhyellä aikavälillä.	Pieni
	Markkinat (kysyntä ja tarjonta)	- Energiamarkkinan heilahtelut heijastuvat kuluttajien luottamukseen, kasvava energianhinta heikentää kotitalouksien ostovoimaa ja halukkuutta kodin suurempien hankintojen toteuttamiseen. - Autoilussa ja liikkumisessa ei-fossiilisen käyttövoiman kysyntä ylittää tarjonnan, tuotannon pullonkaulat kasvaa ja autokaupan, uusien ja käytettyjen autojen markkinakasvu hidastuu. - Liiketoimintaympäristö muuttuu, kun lisääntyvä sääntely vaikuttaa kuluttajien mieltymyksiin ja Alma Median asiakkaisiin. - Vähähiilisten tavaroiden ja palvelujen kysyntä kasvaa, mikä on myös liiketoimintamahdollisuus Alma Medialle. - Matkailun ja turismin vähentyminen Kroatiaassa ja Sloveniassa johtaa alenevaan työvoiman ja rekrytointipalveluiden kysyntään.	- Hiilen hinnoittelu vaikeuttaa liiketoimintaa joillakin maantieteellisillä alueilla ja asettaa kaupankäynnille ja myös esimerkiksi lentomatkustamiselle korkean hinnan tuomia esteitä. - Hyödykkeiden rajoitettu saatavuus nostaa hintoja, mukaan lukien energia ja yhteiskunnalle kriittiset raaka-aineet ja teknologiset komponentit. - Ihmisten ja tavaroiden liikkuminen vähenee merkittävästi. - Ilmastopakolaisuuden aallot Afrikasta ja Aasiasta voivat aiheuttaa yhteiskuntarauhan häiriintymistä ja heijastua negatiivisesti mainosmyyntiin liiketoimintaan. - Asiakkaiden sopeutumista varten tarvitaan nopeita digitaalisia ratkaisuja, mikä on myös mahdollisuus digitaaliselle yhtiölle, jolla on oma tuotekehitys.	- Alma Media kehittää aktiivisesti tuotteitaan ja palveluitaan vastatakseen markkinan muutoksiin, kuten sääntelyyn vaikutuksiin. - Kuluttajien preferenssejä ja yritysasiakkaiden muuttuvia tarpeita seurataan tarkasti. - Palveluita ja mediaa kehitetään edelleen ilmastomuutokseen ratkaisuja tarjoaviksi. - Erittäin todennäköinen lyhyellä aikavälillä.	Pieni
	Maine ja brändi	- Alma Media on toimialansa edelläkävijänä vähähiiliseen yhteiskuntaan siirtymisessä. Yhtiöllä on kunnianhimoiset vuoteen 2030 ulottuvat SBTi-tavoitteet. - Riskinä epäonnistuminen taksonomian mukaisen liiketoiminnan kasvattamisessa, joka voi vaikuttaa rahoituksen saatavuuteen.	Epäonnistuminen taksonomian mukaisen liiketoiminnan kasvattamisessa voisi vähentää yhtiön kiinnostavuutta sijoittajien keskuudessa.	- SBTi-tavoitteet ovat linjassa Pariisin ilmastositoumuksen kanssa (Scope 1, 2 ja 3) Ilmastomuutoksen hillitsemiseksi Alma Median tuoteportfolioon ja lisäarvopalveluiden aktiivinen kehittäminen. - Epätodennäköinen.	Pieni

Alma Median ilmastoskenaariot

	Riskin luonne	Transitioon liittyvät riskit ja mahdollisuudet	Transitioon liittyvät riskit ja mahdollisuudet	Fyysisiin riskeihin varautuminen: hallinta tai sopeutuminen ja riskin todennäköisyys	Taloudellinen vaikutus
		Alle 2 astetta -ilmastomalli SSP1-2.6	+3-4 astetta -ilmastomalli SSP5-8.5		
Fyysinen riski	Akuutit riskit	- Fyysisten riskien kasvu on kohtalaista. Joitakin ilmiöitä, kuten hurrikaaneja, esiintyy useammin eri puolilla maailmaa. Tulvat Euroopassa tulevat olemaan yleisempiä. - Fyysisille riskeille alttius on Euroopassa arvioitu vähemmän vakavaksi kuin muualla maailmassa, mutta äärimmäiset sääilmiöt voivat jossain määrin vaikuttaa myös Alma Median toimintamais- sa itäisessä Keski-Euroopassa. - Alueet, joissa äärimmäinen lämpötila aiheuttaa kuolemantapa- uksia ja merkittäviä tuottavuuden menetyksiä, ovat edelleen harvinaisia. - Epävarmuuden kasvu toimintaympäristössä lisää tarvetta tiedol- le ja reaaliaikaiselle, luotettavalle uutisoinnille tapahtumista.	- Sään ääri-ilmiöt, kuten kuivuminen ja maastopalot, myrskyt ja näistä seuraavat äkkitulvat ja maanvyörymät yleistyvät aiheut- taen akuutin fyysisen riskin rakennusten, omaisuuden ja ihmis- henkien menetykselle. - Myös välillisiä tappioita syntyy, jotka johtuvat kuljetus- ja toimi- tuskysymyksistä tai liiketoiminnan jatkuvuuden vaarantumisesta. - Riskinä on keskeytyvän liiketoiminnan katteen menetykset, irtai- miston tai laitteiden rikkoutumiset - Riskien kasvu voi aiheuttaa kysyntää investoinneille sopeutu- miseen, mahdollisesti uudelleensijoittumisiin ja liiketoiminnan keskeytyksiin, jotka johtuvat vaurioista ja tilojen korjaamises- ta äärimmäisten tapahtumien jälkeen.	- Suurin alttius fyysisille riskeille voidaan välttää Alma Median hyvällä jatkuvuuden suunnittelulla, jota päivitetään säännöl- lisesti. - Toimintojen hajauttaminen maantieteel- lisesti pienempiin yksiköihin pienentää fyysisiä riskejä koko yhtiön kannalta. - Todennäköinen lyhyellä ja keski-pitkällä aikavälillä.	Pieni
	Krooniset, pitkän aikavälin riskit	- Pitkän aikavälin muutokset ilmastossa vaikuttavat energian saan- tiin, vesi- ja tuulivoiman tuotantoon sekä energian kysyntään toimitilojen lämmityksen ja viilennyksen tarpeen kausiluontei- suuden korostuessa. - Jokien tulvat lisääntyvät äkillisten sademäärän lisääntymisen vuoksi.	- Pitkän aikavälin muutokset ilmastossa vaikuttavat energian saan- tiin, vesi- ja tuulivoiman tuotantoon sekä energian kysyntään toimitilojen lämmityksen ja viilennyksen tarpeen kausiluontei- suuden korostuessa. - Pohjoismaissa vesien keski-lämpötila nousee suhteellisesti enemmän kuin muualla maailmassa. - Tuottavuuden menetykset ja terveyskysymykset jollain alueilla korostuvat lämpöaaltojen vuoksi.	- Ilmastoskenaarioiden säännöllinen päivi- täminen ja uudelleen arviointi. - Uusien liiketoimintamallien kehittäminen yhdessä asiakkaiden ja kumppaneiden kanssa ilmastomuutoksen hillitsemi- seksi.	Pieni

Taloudelliset vaikutukset:

- Pieni 0–1 %
- Keskitaso 3–5 %
- Korkea 10–20 %

Aikahorisontti:

- Lyhytaikainen: 1–2 vuotta
- Keskipitkän aikavälin: 3–5 vuotta
- Pitkäaikainen: 10–20 vuotta

Vaikutusten lisäksi arvioitu todennäköisyys (epätodennäköinen/todennäköinen/erittäin todennäköinen).

Lämpötilaan, tuuleen, veteen ja kiinteään massaan liittyvät riskit ja mahdollisuudet otettiin huomioon, ja merkittävimmät on lueteltu taulukossa.



Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2022

Muutokset konsernirakenteessa on kuvattu toimintakertomuksen strategia-osuudessa sekä tilinpäätöksen liitetiedoissa 4.2 Tytäryritykset, 4.3 Hankitut liiketoiminnot ja 4.4. Osakkuusyhtiöt.

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. Yhtiökokous päätti, että tilikaudelta 2021 jaetaan osinkoa 0,35 euroa osaketta kohden.

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

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

Hallitukseen valitut henkilöt on hallituksen toimesta arvioitu Peter Immosta, Esa Lageria, Alexander Lindholmia, Heikki Herliniä ja Eero Bromania 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 Oyj: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).

Hallituksen työjärjestyksen mukaisesti hallituksen sihteerinä toimii Alma Media Oyj:n lakiasiaintoimittaja Mikko Korttila.

Yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajaksi PricewaterhouseCoopers Oy:n ja päävastuullisena tilintarkastajana toimii KHT Niina Vilske.

Hallituksen jäsenten palkkiot

Yhtiökokous päätti osakkeenomistajien nimitystoimikunnan ehdotuksesta, että palkkiot pysyvät ennallaan, ja että yhtiökokouksessa valittaville hallituksen jäsenille maksetaan vuoden 2023 varsinaiseen yhtiökokoukseen päätyvältä 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 velvol-

linen tekemään kahden viikon kuluessa tammi–maaliskuun 2023 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 2023 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 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 mark-

kinahinta 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 etuudesta 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 etuudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä.

Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, omistuspohjan laajentamiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyiden rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai muihin hallituksen päättämiin tarkoituksiin. Valtuutusta ei kuitenkaan saa käyttää yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi.

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

osakeantivaltuutuksen, mutta ei edellä ehdotettua osakeantivaltuutusta.

Lahjoitukset

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

Osinko

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

20 suurinta osakkeenomistajaa
31.12.2022

	Kpl	Osuus (%) osakkeista ja äänistä
1. Otava Oy	24 036 845	29,18
2. Mariatorp Oy	15 675 473	19,03
3. Ilkka Oyj	8 993 473	10,92
4. Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	5 627 994	6,83
5. Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	3 221 695	3,91
6. Sr Nordea Nordic Small Cap	1 859 045	2,26
7. Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo	1 563 000	1,90
8. Sr Evli Suomi Select	1 120 961	1,36
9. Veljesten Viestintä Oy	851 500	1,03
10. Keskisuomalainen Oyj	782 497	0,95
11. Häkkinen Matti Juhani	721 390	0,88
12. C.V. Åkerlundin Mediasäätiö Sr.	382 871	0,46
13. Broman Eero Väinö	367 071	0,45
14. Sinkkonen Raija Irmeli	333 431	0,40
15. Danilostock Oy	330 000	0,40
16. Koskinen Riitta Inkeri	274 571	0,33
17. Tallberg Marianne	237 250	0,29
18. Telanne Kai Markus	216 155	0,26
19. Tampereen Tuberkuloosisäätiö Sr	210 000	0,25
20. Alma Media Oyj	198 391	0,24
Yhteensä	67 003 613	81,33
Hallintarekisterissä	4 505 465	5,47
Muut*	10 874 104	13,20
Yhteensä	82 383 182	100,00

Omistajaryhmät 31.12.2022

	Osakkaiden lukumäärä (kpl)	Osuus osakkaista (%)	Osakkeita yhteensä (kpl)	Osuus osakkeista (%)
Yksityiset yritykset	334	3,2	51 762 547	62,8
Rahoitus- ja vakuutuslaitokset	14	0,1	3 627 990	4,4
Julkisyhteisöt	7	0,1	10 419 218	12,6
Kotitaloudet	9 775	94,9	10 626 529	12,9
Voittoa tavoittelemattomat yhteisöt	107	1,0	1 231 119	1,5
Ulkomaiset omistajat	48	0,5	210 314	0,3
Hallintarekisteröidyt osakkeet	10	0,1	4 505 465	5,5
Yhteensä	10 295	100,0	82 383 182	100,0

Omistuksen jakautuminen

	Osakkaiden lukumäärä (kpl)	Osuus osakkaista (%)	Osakkeita yhteensä (kpl)	Osuus osakkeista (%)
1–100	3 889	3,2	167 261	0,2
101–1 000	4 726	0,1	1 930 477	2,3
1 001–10 000	1 497	0,1	4 266 707	5,2
10 001–100 000	153	94,9	3 778 754	4,6
100 001–500 000	17	1,0	3 671 777	4,5
500 000–	13	0,5	68 568 206	83,2
Yhteensä	10 295	100,0	82 383 182	100,0

* Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 198 391 kappaletta, mikä on 0,24 prosenttia yhtiön osakkeiden kokonaismäärästä ja osakkeisiin liittyvistä äänistä.

Osake

Vuonna 2022 NASDAQ Helsingin pörsissä vaihdettiin yhteensä 2 804 467 Alma Median osaketta, mikä vastasi 3,4 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.12.2022 oli 9,40 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 7,78 euroa ja ylin 11,80 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 774,4 milj. euroa.

Alma Media Oyj:llä oli tilikauden päättyessä 31.12.2022 hallussaan omia osakkeita yhteensä 198 391 kpl. Yhtiö hankki vuoden 2022 aikana omia osakkeita yhteensä 426 462 kpl, ja niiden hankintameno oli yhteensä 4,2 milj. euroa. Yhtiö luovutti omia osakkeita vuoden 2022 aikana 398 481 kpl vastikkeetta osana henkilöstön pitkäaikaisen, osakepohjaisen kannustinjärjestelmän mukaista luovutusta.

Osakepohjaiset sitouttamiset ja kannustinjärjestelmät

Osakepohjaiset kannustinjärjestelyt on kuvattu tilinpäätöksen liitetiedossa 1.4.2.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2022 aikana Alma Media Oyj ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä vuodelta 2022

Alma Media Oyj on vuonna 2022 noudat-

tanut Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia (Corporate Governance 2020) sellaisenaan. Listayhtiöiden hallinnointikoodin edellyttämä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä annetaan erillisenä kertomuksena toimintakertomuksen yhteydessä. Lisäksi se on julkisesti saatavilla Alma Median verkkosivuilla www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallinto.

Palkitsemispolitiikka ja palkitsemisraportti

Alma Media on julkistanut EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemispolitiikan eli toimielinten palkitsemisen periaatteita sekä toimisopimusten keskeiset ehdot 8.3.2022. Toimielinten palkitsemispolitiikka esitettiin Alma Median yhtiökokoukselle 29.3.2022, ja se hyväksyttiin ilman äänestystä.

Vastaavasti EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti ja Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia 2020 noudattava toimielinten palkitsemisraportti vuodelta 2022 käsitellään yhtiökokouksessa 4.4.2023.

Toimintaympäristö vuodelle 2023

Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksissa odotetaan kasvuvauhdin hiipuvan selvästi vuonna 2023, joissakin maissa odotetaan jopa taantumaa. Taloudellinen toiminta alkaa

Euroopan keskuspankin EKP:n mukaan taas elpyä vuoden 2023 jälkipuoliskolla, mikäli tilanne energiamarkkinoilla vakaantuu, toimitushäiriöt väistyvät, reaalitytulot kohenevat ja vientikysyntä vahvistuu.

Näkymät vuodelle 2023

Alma Media arvioi vuoden 2023 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton olevan vuoden 2022 tasolla tai laskevan vuodesta 2022. Vuoden 2022 liikevaihto oli 308,8 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 73,4 milj. euroa.

Näkymien taustalla on arvio, jonka perusteella yhtiön liikevaihto ja liikevoitto laskevat vuoden alkupuoliskolla mainosmyynnin laskun ja rekrytointiliiketoiminnan kasvaneiden kustannusten johdosta. Kansantalouden näkymien odotetaan parantuvan vuoden toisella puoliskolla. Arvioimme rekrytointipalveluiden kysynnän säilyvän vahvana ja mainosmyynnin elpymään vuoden aikana. Yhtiön käynnistämät toiminnan tehostamistoimet parantavat kannattavuutta vuoden jälkimmäisellä puoliskolla.

Voitonjakoehdotus yhtiökokoukselle

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2022 olivat 156 856 329 (144 833 995) euroa. Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2022 maksetaan osinkoa 0,44 euroa osaketta kohden (2021: 0,35 euroa osakkeel-

ta). Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 6.4.2023 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Hallitus ehdottaa, että osinko maksetaan 17.4.2023. Tilinpäätöshetken, 31.12.2022, ulkona olevien osakkeiden lukumäärän perusteella osingon määrä on yhteensä 36 161 308 (28 774 470) euroa.

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

Johdon omistus

Yhtiön hallitus, emoyhtiön toimitusjohtaja ja konsernin johtoryhmä omistavat 31.12.2022 yhteensä 16 412 148 kappaletta yhtiön osakkeita. Omistusten yhteenlaskettu määrä vastaa 19,9 % kaikista osakkeista ja niiden tuottamasta äänimäärästä. Voimassaolevien kannustinjärjestelmien perusteella toimitusjohtaja ja konsernin johtoryhmän jäsenet voivat saada yhtiön osakkeita enintään 1 347 816 kappaletta, joka vastaa 1,6 % yhtiön kaikista osakkeista ja niiden tuottamasta äänimäärästä.

	Osakeomistus 31.12.2022 **	2015 IV TSR	2020 MSP	2021 MSP	2022 MSP
Catharina Stackelberg-Hammarén, puheenjohtaja	28 535				
Jorma Ollila, hallituksen puheenjohtaja 29.3.2022 saakka *	20 448				
Eero Broman, varapuheenjohtaja	367 071				
Petri Niemisvirta, hallituksen jäsen	26 756				
Heikki Herlin, hallituksen jäsen	15 690 503				
Peter Immonen, hallituksen jäsen	5 625				
Esa Lager, hallituksen jäsen	19 450				
Alexander Lindholm, hallituksen jäsen	5 625				
Kaisa Salakka, hallituksen jäsen	1 320				
Kai Telanne, toimitusjohtaja	216 155	36 000	120 000	126 000	150 000
Santhu Elsinen, johtoryhmän jäsen	39 565	9 000	30 000	36 000	42 000
Virpi Juvonen, johtoryhmän jäsen	43 812	6 000	24 000	30 000	36 000
Tiina Kurki, johtoryhmän jäsen	49 772	9 000	24 000	30 000	36 000
Kari Kivelä, johtoryhmän jäsen	82 096	12 000	36 000	42 000	48 000
Mikko Korttila, johtoryhmän jäsen	56 135	9 000	30 000	36 000	42 000
Elina Kukkonen, johtoryhmän jäsen	21 023	5 000	14 316	13 500	24 540
Juha-Petri Loimovuori, johtoryhmän jäsen	87 619	12 000	36 000	42 000	48 000
Vesa-Pekka Kirsi, johtoryhmän jäsen	6 600	0			39 600
Juha Nuutinen, johtoryhmän jäsen	60 092	6 000	30 000	36 000	42 000
Yhteensä	16 412 148	104 000	344 316	391 500	508 140

* Osakeomistus 29.3.2022

** Luku sisältää myös määräysvaltayhteisöjen ja perheenjäsenten omistukset

Taloudellista kehitystä kuvaavat tunnusluvut

Tunnusluvut on laskettu IFRS- kirjaus- ja arvostusperiaatteita noudattaen.

TULOSLASKELMA		IFRS 2022	Muutos %	IFRS 2021	Muutos %	IFRS 2020	Muutos %	IFRS 2019	Muutos %	IFRS 2018
Liikevaihto	MEUR	308,8	12,1	275,4	19,6	230,2	-8,0	250,2	-1,8	254,7
Digiliikevaihto	MEUR	249,7	17,7	212,1	33,9	158,9	-4,7	166,7	3,2	161,5
% liikevaihdosta	%	80,9		77,0		69,0		66,6		63,4
Liikevoitto/ -tappio	MEUR	80,0	40,9	56,8	31,7	43,1	-13,0	49,5	4,4	47,5
% liikevaihdosta	%	25,9		20,6		18,7		19,8		18,6
Oikaistu liikevoitto	MEUR	73,4	20,2	61,1	34,7	45,4	-8,2	49,4	3,8	47,6
% liikevaihdosta	%	23,8		22,2		19,7		19,8		18,7
Oikaistut erät*	MEUR	6,6	-252,5	-4,3	90,2	-2,3	-2196,5	0,1	-178,9	0,1
Tulos ennen veroja	MEUR	86,4	53,4	56,3	33,4	42,2	-13,8	49,0	1,8	48,1
Oikaistu tulos ennen veroja	MEUR	79,9	31,7	60,6	36,3	44,5	-9,0	48,9	1,3	48,3
Tilikauden tulos, jatkuvat toiminnot	MEUR	72,0	62,6	44,3	33,1	33,3	-17,8	40,5	5,8	38,2
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	MEUR	0,7	31,3	1,0	755,2	0,1	-78,4	0,5	272,0	-0,3
Nettorahoituskulut	MEUR	-5,8	-504,1	1,4	47,0	1,0	-8,7	1,1	-208,8	-1,0
Nettorahoituskulut %	%	-1,9		0,5		0,4		0,4		-0,4
Tilikauden tulos, lopetetut toiminnot	MEUR					65,8	702,7	8,2		9,7
Tilikauden tulos	MEUR	72,0	62,6	44,3	-55,2	99,1	103,6	48,7	1,6	47,9

* Oikaistut erät eritelty tarkemmin toimintakertomuksessa sivulla 12.



TASE *		IFRS 2022	Muutos %	IFRS 2021	Muutos %	IFRS 2020	Muutos %	IFRS 2019	Muutos %	IFRS 2018
Taseen loppusumma	MEUR	495,2	-4,5	518,4	55,2	333,9	-16,7	400,9	16,0	345,6
Korolliset nettovelat	MEUR	142,6		181,8		-9,1		23,7		2,0
Korollinen vieras pääoma	MEUR	172,7	-26,1	233,7	500,9	38,9	-57,1	90,8	76,2	51,5
Koroton vieras pääoma	MEUR	116,6	-1,3	118,2	30,6	90,5	-15,9	107,6	0,3	107,2

MUITA TIETOJA *		IFRS 2022	Muutos %	IFRS 2021	Muutos %	IFRS 2020	Muutos %	IFRS 2019	Muutos %	IFRS 2018
Henkilökunta keskimäärin ilman telemarkkinoijia		1 679	8,4	1 549	3,4	1 497	-2,1	1 530	1,2	1 512
Telemarkkinoijat keskimäärin		196	-41,8	337	0,6	335	10,2	304	-7,2	328
Investoinnit	MEUR	18,3	-92,6	247,1	170,4	91,4	620,0	12,7	-41,7	21,8
Investoinnit % liikevaihdosta	%	5,9		89,7		39,7		5,1		8,6
Tutkimus- ja kehitysmenot	MEUR	7,6	64,3	4,6	0,0	4,6	8,1	4,3	-1,0	4,3
Tutkimus- ja kehitysmenot % liikevaihdosta	%	2,4		1,7		2,0		1,7		1,7

TUNNUSLUKUJA *		IFRS 2022	Muutos %	IFRS 2021	Muutos %	IFRS 2020	Muutos %	IFRS 2019	Muutos %	IFRS 2018
Oman pääoman tuotto (ROE)	%	38,6	62,0	23,9	-51,0	48,7	94,7	25,0	-10,0	27,8
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI)	%	18,9	32,7	14,3	-61,9	37,4	96,5	19,0	-11,6	21,6
Omavaraisuusaste	%	45,8		34,7		63,1		54,1		57,5
Velkaantumisaste (gearing)	%	69,3		109,2		-4,5		11,7		1,5

* Luvut sisältävät sekä jatkuvat että lopetetut toiminnot ellei toisin mainita.



OSAKEKOHTAISIA TUNNUSLUKUJA *		IFRS 2022	IFRS 2021	Muutos %	IFRS 2020	Muutos %	IFRS 2019	Muutos %	IFRS 2018
Tulos / osake laimentamaton	EUR	0,88	0,53		1,13		0,51		0,51
Tulos / osake laimennettu	EUR	0,86	0,52		1,11		0,50		0,50
Liiketoiminnan rahavirta / osake	EUR	0,96	0,92		0,68		0,87		0,68
Oma pääoma / osake	EUR	2,48	1,99		2,23		2,09		1,94
Osinko/osake **	EUR	0,44	0,35		0,30		0,40		0,35
Osinko tuloksesta	%	50,3	66,0		26,5		78,0		69,2
Efektiiivinen osinkotuotto	%	4,7	3,2		3,4		5,0		6,3
Hinta/voitto-suhde (P/E)		10,7	20,4		7,9		15,5		10,9
Ylin kurssi	EUR	11,80	12,7		9,30		8,10		8,14
Alin kurssi	EUR	7,78	8,42		5,82		5,48		5,10
Kurssi 30.12.	EUR	9,40	10,82		8,92		7,96		5,54
Osakekannan markkina-arvo ***	MEUR	774,4	891,4		734,9		655,8		456,4
Osakkeiden vaihto yhteensä	tkpl	2 804	3 699		4 481		3 464		19 644
Osakkeiden suhteellinen vaihto yhteensä	%	3,4	4,5		5,4		4,2		23,9
Osakemäärä keskimäärin yhteensä, laimentamaton, ilman omia osakkeita	tkpl	82 185	82 213		82 262		82 283		82 147
Osakemäärä keskimäärin yhteensä, laimennettu	tkpl	83 706	83 991		83 692		83 673		83 219
Osakemäärä 31.12. yhteensä	tkpl	82 383	82 383		82 383		82 383		82 383

* Luvut sisältävät sekä jatkuvat että lopetetut toiminnot ellei toisin mainita.

** Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle.

*** Sisältää omat osakkeet

Tunnuslukujen laskentaperiaatteet

Oman pääoman tuotto, % (ROE)	$\frac{\text{Tilikauden tulos}}{\text{Oma pääoma} + \text{määräysvallattomien omistajien osuus (keskimäärin vuoden aikana)}} \times 100$	Osinko/tulos, %	$\frac{\text{Osinko/ osake}}{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tuloksesta / osake}} \times 100$
Sijoitetun pääoman tuotto, % (ROI)	$\frac{\text{Tilikauden tulos} + \text{korko- ja muut rahoituskulut}}{\text{Taseen loppusumma - korottomat velat (keskimäärin vuoden aikana)}} \times 100$	Efektiivinen osinkotuotto, %	$\frac{\text{Osakeantioikaistu osinko / osake}}{\text{Osakeantioikaistu pörssikurssi tilikauden lopussa}} \times 100$
Omavaraisuusaste, %	$\frac{\text{Oma pääoma} + \text{määräysvallattomien omistajien osuus}}{\text{Taseen loppusumma - saadut ennakot}} \times 100$	Hinta/voitto-suhde (P/E-luku)	$\frac{\text{Osakeantioikaistu pörssikurssi tilikauden lopussa}}{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tuloksesta / osake}}$
Liikevoitto	Tulos ennen veroja ja rahoituseriä	Oma pääoma/osake, EUR	$\frac{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma}}{\text{Laimentamaton osakkeiden osakeantioikaistu lukumäärä tilikauden lopussa - omat osakkeet}}$
Käyttökate	Liikevoitto ilman poistoja ja arvonalentumisia	Osakekannan markkina-arvo, EUR	Osakkeiden lukumäärä x pörssikurssi tilikauden lopussa
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	$\frac{\text{Digiliiketoiminnan liikevaihto}}{\text{Liikevaihto}} \times 100$	Vaihtoehtoiset tunnusluvut Alma Media Oyj käyttää ja julkaisee lisäksi vaihtoehtoisia tunnuslukuja kuvatakseen liiketoiminnan operatiivista kehitystä ja parantaakseen vertailukelpoisuutta raportointikausien välillä. Vaihtoehtoiset tunnusluvut raportoidaan IFRS-tunnuslukujen lisäksi. Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:	
Laimentamaton osakekohtainen tulos, EUR	$\frac{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tuloksesta}}{\text{Keskimääräinen osakeantioikaistu osakkeiden lukumäärä - omat osakkeet}}$		
Laimennettu oikaistu osakekohtainen tulos, EUR	$\frac{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tuloksesta}}{\text{Laimennettu keskimääräinen osakeantioikaistu osakkeiden lukumäärä}}$		
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	$\frac{\text{Korolliset velat - rahat ja pankkisaamiset}}{\text{Oma pääoma} + \text{määräysvallattomien omistajien osuus}} \times 100$		
Nettorahoituskulut, %	$\frac{\text{Rahoitustuotot ja -kulut}}{\text{Liikevaihto}} \times 100$		
Osinko/osake, EUR	Yhtiökokouksen vahvistama osinko osaketta kohden. Viimeisen vuoden osalta hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle osingon määrästä.	Liikevoitto ilman oikaistuja eriä Tulos ennen veroja ja rahoituseriä ilman oikaistuja eriä (MEUR ja % liikevaihdosta) Käyttökate ilman oikaistuja eriä 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	

Konsernin laaja tuloslaskelma

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2022	1.1.–31.12.2021
Liikevaihto	1.1, 1.2	308,8	275,4
Liiketoiminnan muut tuotot	1.2	7,2	1,4
Valmisvaraston muutos		0,0	0,1
Materiaalit ja palvelut	1.3	37,6	35,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	1.3, 1.4	119,6	109,2
Poistot ja arvonalentumiset	2.1, 2.2	17,2	16,7
Liiketoiminnan muut kulut	1.3	61,6	58,6
Liikevoitto	1.1	80,0	56,8
Rahoitustuotot	3.1	9,2	0,9
Rahoituskulut	3.1	3,4	2,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	4.4	0,7	1,0
Voitto ennen veroja		86,4	56,3
Tuloverot	5.1, 5.2	-14,5	-12,1
Tilikauden voitto		71,9	44,3
Muut laajan tuloksen erät:			
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät		0,1	-0,2
Muuntoerot		0,3	0,3
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen		0,4	0,1
Tilikauden laaja tulos yhteensä		72,3	44,3

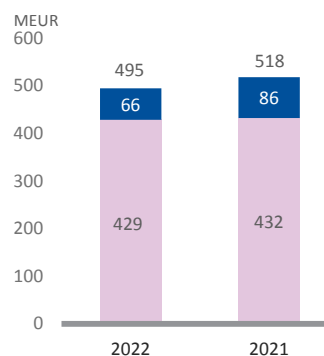
MEUR	Liite	1.1.–31.12.2022	1.1.–31.12.2021
Tilikauden voiton jakautuminen			
Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tilikauden voitosta		71,9	43,6
Määräysvallattomille omistajille		0,0	0,7
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen			
Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tilikauden voitosta		72,3	43,7
Määräysvallattomille omistajille		0,0	0,7
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos (€)			
Laimentamaton osakekohtainen tulos	3.9	0,88	0,53
Laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos	3.9	0,86	0,52

Konsernin tase

MEUR	Liite	31.12.2022	31.12.2021
VARAT			
Pitkäaikaiset varat			
Liikearvo	2.1	294,4	294,5
Muut aineettomat hyödykkeet	2.1	87,4	90,6
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	2.2	3,6	2,3
Käyttöoikeusomaisuuserät	2.2	30,0	32,9
Osakkuusyritysosakkeet	4.4	4,2	7,7
Eläkesaaminen, etuuspohjaiset järjestelyt	3.6	0,0	0,0
Muut pitkäaikaiset rahoitusvarat	3.2	8,8	3,8
Laskennalliset verosaamiset	5.2	0,6	0,7
		429,0	432,5
Lyhytaikaiset varat			
Vaihto-omaisuus	3.7	0,7	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset		0,1	1,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset	3.7	35,4	31,5
Rahavarat	3.2	30,0	51,9
		66,2	85,9
Varat yhteensä		495,2	518,4
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma		45,3	45,3
Ylikurssirahasto		7,7	7,7
Muuntoerot		0,6	0,3
Sijoitetun vapaan oman po rahasto		19,1	19,1
Kertyneet voittovarot		131,7	91,1
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	3.9	204,4	163,5
Määräysvallattomien omistajien osuus		1,5	2,9
Oma pääoma yhteensä		205,9	166,5

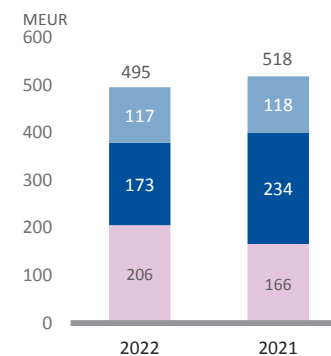
MEUR		31.12.2022	31.12.2021
Pitkäaikaiset velat			
Laskennalliset verovelat	5.2	17,2	18,9
Eläkevelvoitteet	3.6	0,6	0,8
Vuokrasopimusvelat	3.3	23,7	26,8
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	3.3	149,6	216,3
		191,2	262,8
Lyhytaikaiset velat			
Saadut ennakot		45,4	39,2
Verovelat		7,0	5,3
Vuokrasopimusvelat	3.3	7,0	7,0
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	3.3	3,0	0,8
Ostovelat ja muut velat	3.7	35,9	36,8
		98,2	89,1
Velat yhteensä		289,4	351,9
Oma pääoma ja velat yhteensä		495,2	518,4

Tase, vastaavaa



■ Lyhytaikaiset varat
■ Pitkäaikaiset varat

Tase, vastattavaa

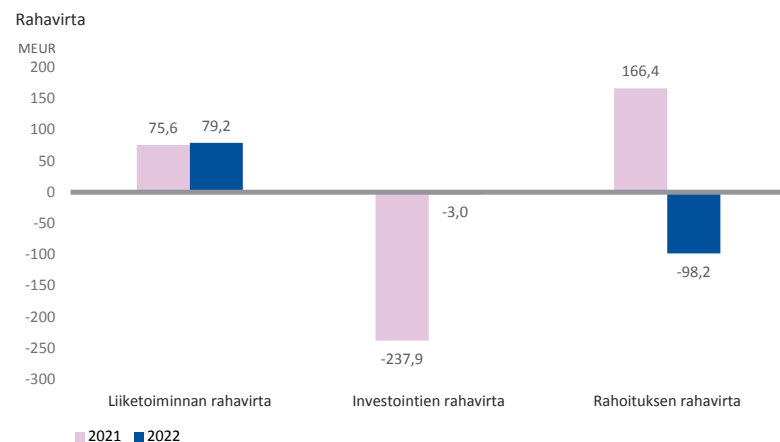


■ Oma pääoma
■ Korollinen velka
■ Koroton velka

Konsernin rahavirtalaskelma

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2022	1.1.–31.12.2021
Liiketoiminnan rahavirta			
Tilikauden voitto		71,9	44,3
Oikaisut		22,4	37,1
Käyttöpääoman muutokset		-2,8	7,3
Saadut osingot		0,3	0,4
Saadut korot		0,1	0,1
Maksetut korot		-2,1	-2,2
Maksetut verot		-10,6	-11,3
Liiketoiminnan nettorahavirta		79,2	75,6
Investointien rahavirta			
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin		-3,3	-1,5
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin		-5,7	-2,3
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden myynnit		0,0	0,4
Investoinnit muihin sijoituksiin		-0,4	-0,5
Myytavissä olevien rahoitusvarojen myynnit		0,0	1,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla		-5,2	-236,7
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla		1,4	2,2
Osakkuusyritysten hankinta	4.4	0,0	-0,4
Osakkuusyritysten myynti	4.4	10,1	0,0
Investointien Rahavirta		-3,0	-237,9

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2022	1.1.–31.12.2021
Rahavirta ennen rahoitusta		76,2	-162,3
Rahoituksen rahavirta			
Pitkäaikaisten lainojen nostot			420,0
Pitkäaikaisten lainojen takaisinmaksut		-60,0	-220,0
Lyhytaikaisten lainojen nostot		36,0	5,0
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut		-34,0	-5,0
Vuokrasopimusvelkojen maksut		-7,1	-7,5
Omien osakkeiden hankinta		-4,2	-1,1
Maksetut osingot ja pääoman palautus	3.9	-28,9	-24,9
Rahoituksen Rahavirta		-98,2	166,4
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)		-21,9	4,1
Rahavarat tilikauden alussa	3.2	51,9	48,0
Valuuttakurssien muutosten vaikutus		0,0	-0,2
Rahavarat tilikauden lopussa	3.2	30,0	51,9



MEUR	Liite	1.1.–31.12.2022	1.1.–31.12.2021
Liiketoiminnan rahavirta			
Oikaisut:			
Poistot ja arvonalentumiset	2	17,2	16,7
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	4.4	-0,7	-1,0
Käyttöomaisuuden ja muiden sijoitusten myyntivoitot ja -tappiot		-7,2	0,0
Rahoitustuotot ja -kulut	3.1	-5,8	1,4
Tuloverot	5.1	14,5	12,1
Varausten muutos	1.3	0,0	-0,0
Muut oikaisut		4,3	7,9
Oikaisut yhteensä		22,4	37,1
Käyttöpääoman muutos:			
Lyhytaikaisten liikesaamisten muutos		-6,4	-2,9
Vaihto-omaisuuden muutos		0,0	-0,1
Lyhytaikaisten liikevelkojen muutos		3,5	10,3
Käyttöpääoman muutos yhteensä		-2,8	7,3
Investointien rahavirta:			
Leasingilla rahoitetut investoinnit		-5,2	-2,1
Maksuperusteiset bruttoinvestoinnit *)		-4,2	-2,2
Liiketoimintakauppoihin liittyvät suoriteperusteiset investoinnit		-2,4	-237,2
Kokonaisinvestoinnit yhteensä		-11,8	-241,5

*) ei sisällä liiketoimintakauppojen investointeja

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

MEUR	Liite	Osakepääoma	Ylikurssi- rahasto	Muuntoerot	Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	Kertyneet voittovarot	Emoyhtiön osuus yhteensä	Määräys- vallattomien omistajien osuus	Oma pääoma yhteensä
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		-0,2
Muuntoerot				0,3			0,3	0,6	0,8
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako						-24,7	-24,7		-24,7
Määräysvallattomien omistajien osuus tytäryhtiöiden osingosta							0,0	0,0	0,0
Omien osakkeiden hankinta						-1,1	-1,1		-1,1
Lunastamattomien osinkojen palautus						0,1	0,1		0,1
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksut						-0,6	-0,6		-0,6
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus						4,2	4,2		4,2
Hankinnat ja muut muutokset määräysvallattomien omistuksien osuuksissa						-41,6	-41,6	-19,3	-60,9
Oma pääoma 31.12.2021	3.9	45,3	7,7	0,3	19,1	91,2	163,6	2,9	166,5
Oma pääoma 1.1.2022		45,3	7,7	0,3	19,1	91,2	163,6	2,9	166,5
Tilikauden tulos						71,9	71,9	0,0	71,9
Muut laajan tuloksen erät						0,1	0,1		0,1
Muuntoerot				0,3		0,3	0,3		0,3
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako						-28,8	-28,8		-28,8
Määräysvallattomien omistajien osuus tytäryhtiöiden osingosta								-0,1	-0,1
Omien osakkeiden hankinta						-4,2	-4,2		-4,2
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yhteydessä luovutettuihin osakkeisiin liittyvät veroluonteiset maksut						-4,2	-4,2		-4,2
Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perusteella kirjattu tilikauden suoriteperusteinen osuus						4,4	4,4		4,4
Hankinnat ja muut muutokset määräysvallattomien omistuksien osuuksissa						1,3	1,3	-1,4	-0,1
Oma pääoma 31.12.2022	3.9	45,3	7,7	0,6	19,1	131,7	204,5	1,5	205,9

Konsernitilinpäätöksen laatimisperiaatteet

Konsernin perustiedot

Alma Media Oyj (1944757-4) on uudistuva digitaaliseen palveluliiketoimintaan ja journalistisiin sisältöihin keskittyvä mediakonserni. Yhtiön tunnetuimpia brändejä ovat Kauppalehti, Talouselämä, Iltalehti, Etuovi.com, Nettiauto ja Jobly. Alma Media rakentaa kestäväää kasvua mediasta palveluihin tarjoten sisältöjä ja palveluja, jotka hyödyttävät käyttäjiä arjessa, työssä ja vapaa-ajalla. Alma Media toimii 13 Euroopan maassa. Konsernin emoyhtiö Alma Media Oyj on suomalainen, Suomen lakien mukaan perustettu julkinen osakeyhtiö, kotipaikka Helsinki, Suomi, osoite Alvar Aallon katu 3 C, PL 140, 00100 Helsinki, Suomi.

Jäljennös konsernitilinpäätöksestä on saatavissa internetosoitteessa www.almamedia.fi tai konsernin emoyhtiön pääkonttorista.

Hallitus on 15.2.2023 hyväksynyt tilinpäätöksen julkistettavaksi. Osakkeenomistajilla on Suomen osakeyhtiölain mukaan mahdollisuus hyväksyä tai hylätä tilinpäätöksen julkistamisen jälkeen pidettävässä yhtiökokouksessa. Yhtiökokouksella on myös mahdollisuus tehdä päätös tilinpäätöksen muuttamisesta.

Tilinpäätöksen luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä.

Tilinpäätöksen laatimisperusta

Konsernitilinpäätös on laadittu kansainvälisten tilinpäätösstandardien (International Financial Reporting Standards, IFRS) mukaisesti. Konsernitilinpäätöstä laadittaessa on noudatettu 31.12.2022 voimassa olevia IAS ja IFRS -standardeja sekä SIC ja IFRIC -tulkintoja. Kansainvälisillä tilinpäätösstandardeilla tarkoitetaan Suomen kirjanpitolaisissa ja sen nojalla annetuissa säännöksissä EU-asetuksessa (EY) N:o 1606/2002 säädetyn menettelyn mukaisesti EU:ssa sovellettavaksi hyväksytyt standardit ja niistä annettuja tulkintoja. Konsernitilinpäätöksen liitetiedot ovat myös suomalaisen kirjanpito- ja yhtiölainsäädännön mukaiset.

Konsernitilinpäätös on laadittu alkuperäisin hankintamenoin, ellei jäljempänä muista laatimisperiaatteista muuta ilmene. Tilinpäätöksen taulukkotiedot esitetään miljoonina euroina, mikäli ei katsota, että on tarkoituksenmukaista esittää tarkempina.

Muutokset laadintaperiaatteissa

Tilikaudella 2022 voimaan tulleet muutokset IFRS-standardeissa ovat käsittäneet lähinnä muutoksia voimassaoleviin standardeihin, eikä niillä ole ollut olennaista vaikutusta Alma Median konsernitilinpäätökseen.

Ulkomaan rahan määräisten erien muuntaminen

Konsernitilinpäätös on esitetty euroina, joka on konsernin emoyhtiön toiminta- ja esittamisvaluutta. Ulkomaan rahan määräiset liiketapahtumat on kirjattu euroiksi käyttäen tapahtumapäivänä vallitsevaa kurssia. Ulkomaan rahan määräiset monetaariset erät on muutettu euroiksi tilinpäätöspäivän kurssia käyttäen. Ulkomaan rahan määräiset ei-monetaariset erät, jotka on arvostettu käypiin arvoihin, on muunnettu euroiksi käyttäen arvostuspäivän valuuttakursseja. Muutoin ei-monetaariset erät on arvostettu tapahtumapäivän kurssiin. Myynteihin ja ostoihin liittyvät kurssierot on käsitelty tuloslaskelmassa kyseisten erien oikaisuerinä. Lainoihin ja lainasaamisiin liittyvät kurssierot on käsitelty tuloslaskelman rahoitustuotoissa ja -kuluissa.

Ulkomaisten konserniyritysten tuloslaskelmat on muunnettu euroiksi kauden painotettua keskimurssia ja taseet tilinpäätöspäivän kurssia käyttäen. Ulkomaisten yksikköjen hankinnasta johtuva liikearvo on käsitelty kyseisten ulkomaisten yksikköjen varoina ja velkoina ja muunnettu euroiksi tilinpäätöspäivän kurssia käyttäen. Ulkomaisten tytäryritysten ja osakkuusyritysten yhdistämisessä syntyvät muuntoerot on kirjattu konsernin omaan pääomaan. Kurssierot sellaisesta monetaarisesta erästä, joka on osa yhteisön nettosijoitusta ulkomaiseen yksikköön, kirjataan konsernin omaan pääomaan ja siirretään omasta pääomasta tulosvaikutteisiksi, kun nettosijoituksesta luovutaan.

Liikevoitto ja käyttökate

IAS 1 Tilinpäätöksen esittäminen -standardi ei määrittele liikevoiton ja käyttökateen käsitteitä. Käyttökate on nettosumma, joka muodostuu, kun liikevaihtoon lisätään liiketoiminnan muut tuotot ja vähennetään materiaali- ja palveluhankintojen kulut, valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varaston muutoksella, työsuhde-etuuksista aiheutuvilla kuluilla sekä liiketoiminnan kuluilla. Liikevoitto on nettosumma, joka muodostuu, kun liikevaihtoon lisätään liiketoiminnan muut tuotot ja vähennetään materiaali- ja palveluhankintojen kulut valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varaston muutoksella, työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut, poistot ja arvonalentumistappiot sekä liiketoiminnan muut kulut. Kaikki muut kuin edellä mainitut tuloslaskelmaerät esitetään liikevoiton alapuolella. Kurssierot ja johdannaisten käypien arvojen muutokset sisältyvät liikevoittoon, mikäli ne syntyvät liiketoimintaan liittyvistä eristä. Muutoin ne on kirjattu rahoituseriin.

Oikaistut erät

Oikaistu erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaistuina erinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, liiketoimintojen hankinnasta aiheutuvat transaktiokulut, toiminnan uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaistut erät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kulu-ryhmään. Oikaistuja eriä on käsitelty toimintakertomuksessa.

Johdon harkintaa edellyttävät laatimisperiaatteet ja arvioihin liittyvät keskeiset epävarmuustekijät

Tilinpäätöksen laatiminen IFRS-standardien mukaisesti edellyttää konsernin johdolta tulevaisuutta koskevia arviointoja ja oletuksia, joiden lopputulokset voivat poiketa tehdyistä arvioista ja oletuksista. Lisäksi joudutaan käyttämään harkintaa tilinpäätöksen laatimisperiaatteiden soveltamisessa.

Konsernin johto tekee harkintaan perustuvia ratkaisuja, jotka koskevat tilinpäätöksen laatimisperiaatteiden valintaa ja niiden soveltamista. Tämä koskee erityisesti niitä tapauksia, joissa voimassa olevassa IFRS-normistossa on vaihtoehtoisia kirjaamis-, arvostamis- ja esittämistapoja.

IFRS 15 Alma Media on tunnistanut tilaaja- ja kanta-asiakastuotteita. Erillishinta näille ei ole olennainen, joten johdon olennaisuusharkinnan johtopäätöksenä näitä ei käsitellä erillisinä suoritevelvoitteina. Tällöin ne tuloutuvat osana päätuotteita.

IFRS 15 Myyntituotot asiakassopimuksista mukaan yhteisön tulee kirjata myyntituotto siten, että tuloutus vastaa suoritevelvoitteen luovuttamista. Alma Medialla poikkeuksena IFRS 15 -standardin edellyttämiin tuloutuskäytäntöihin on rekrytointiliiketoimintaan liittyvien credit-pakettien tuloutus. Credit-paketeissa asiakas ostaa credittejä, joita vastaan Alma Media luovuttaa mainosmyynnin palveluita credittien voimassaoloaikana sovitun hinnaston mukaan. Johdon arvion mukaan liikevaihdon tuloutus tasaisesti sopimusajalla käyttöön perustuvan tulouttammallin sijaan johtaa olennaisesti samaan lopputulokseen kuin credittien käytön mukaan toteutuva tuloutus johtaisi.

Tilinpäätöksen laadinnan yhteydessä tehdyt arviot pohjautuvat johdon parhaaseen näkemykseen raportointikauden päättymispäivänä. Arvioiden taustalla ovat aiemmat kokemukset sekä tulevaisuutta koskevat, tilinpäätöshetkellä todennäköisimpinä pidetyt oletukset, jotka liittyvät muun muassa konsernin taloudellisen toimintaympäristön odotettuun kehitykseen myynnin ja kustannustason kannalta. Konsernissa seurataan arvioiden ja oletusten toteutumista sekä näiden taustalla olevien tekijöiden muutoksia säännöllisesti yhdessä liiketoimintayksiköiden kanssa käyttämällä useita, sekä sisäisiä että ulkoisia tietolähteitä. Mahdolliset arvioiden ja oletusten muutokset merkitään kirjanpitoon sillä tilikaudella, jonka aikana arviota tai oletusta korjataan, ja kaikilla tämän jälkeisillä tilikausilla.

Ne tulevaisuutta koskevat oletukset ja sellaiset raportointikauden päättymispäivän arvioihin liittyvät keskeiset epävarmuustekijät, jotka aiheuttavat merkittävän riskin konsernin varojen ja velkojen kirjanpitoarvojen muuttumisesta olennaisesti seuraavan tilikauden aikana, on esitetty jäljempänä. Johto on katsonut näiden tilinpäätöksen osa-alueiden olevan keskeisimmät, sillä niitä koskevat laatimisperiaatteet ovat konsernin näkökulmasta monimutkaisimmat ja niiden soveltaminen edellyttää eniten merkittävien arvioiden ja oletusten käyttämistä esimerkiksi omaisuuserien arvostamisessa. Lisäksi näillä tilinpäätöksen osa-alueilla käytettyjen oletusten ja arvioiden mahdollisten muutosten vaikutusten on arvioitu olevan suurimmat.

Liiketoimintojen yhdistämisen yhteydessä aineettomien hyödykkeiden käyvän arvon määrittäminen perustuu johdon arvioihin hyödykkeisiin liittyvistä rahavirroista. Liiketoimintojen yhdistämisessä syntyneiden ehdollisten kauppahintavelkojen käyvän arvon määrittäminen perustuu johdon näkemykseen. Merkittävin muuttaja ehdollisten kauppahintojen käyvän arvon muutoksessa on arvio tulevasta liikevoitosta.

Arvonlennustestaukset: Konsernissa testataan vuosittain liikearvot sekä ne aineettomat hyödykkeet, joilla on rajoittamaton taloudellinen vaikutusaika mahdollisen arvonalentumisen varalta sekä arvioidaan viitteitä arvonalentumisista edellä esitetyn mukaisesti. Rahavirtaa tuottavien yksiköiden kerrytettävissä olevat rahamäärät on määritetty käyttöarvoon perustuvien laskelmien avulla. Näiden laskelmien laatiminen edellyttää arvioiden käyttämistä. Merkittävimpiä liikearvojen testauksessa käytettyjä oletuksia ja arvioita sekä näiden muutosten herkkyyttä liikearvotestaukseen on kuvattu tarkemmin liikearvoja erittelevässä liitetiedossa.

Poistoajat: aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden poistoaikojen määrittäminen edellyttää, että myös johto arvioi hyödykkeiden taloudellisia vaikutusaikoja. Käytetyt poistoajat hyödykeryhmittäin on listattu liitetiedoissa kohdissa Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet 2.2 ja Aineettomat hyödykkeet 2.1.

Muut arviot: muut arvioinnit liittyvät pääasiassa muun omaisuuden, kuten saamisten sekä tuotekehitysaktivointien kuranntiuden arviointiin, veroriskeihin, eläkevastuiden määrittämiseen ja laskennallisten verosaamisten hyödyntämiseen tulevaisuudessa syntyvää verotettavaa tuloa vastaan.

Kohtuullisen varmasti voimassa olevien, mutta lyhyen irtisanomisajan sisältävien vuokrasopimusten kohdalla tilinpäätökseen arvioidaan myös oletus tilan käyttöajasta liiketoiminnassa. Tämä arvio vaikuttaa tilojen vuokrasopimuksista lasketun vuokrasopimusvelan määrään taseessa.

Konsernitilinpäätöksen liitetiedot

1. Segmentit ja liike-tulos

1.1 Tiedot segmenteittään

Alma Medialla on kolme liiketoimintasegmenttiä: 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 yksikkö Alma Consumer. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään kohdistamattomissa erissä segmenttiraportoinnissa.

Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä. Konsernin esittämä segmentti-informaatio perustuu johdon sisäiseen raportointiin. Johdon sisäinen raportointi laaditaan IFRS-periaatteiden mukaisesti.

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

Alma Talentin liiketoiminnan ydintä ovat digitaaliset, tilattavat sisältömediat ja digitaaliset data-, sisältö- ja markkinapaikkapalvelut. Alma Talentin johtava talousmedia on Kauppalehti, muita talous- ja ammattimedioita ovat mm. Talouselämä, Tekniikka&Talous ja Arvopaperi. Alma Talent Palvelut tarjoaa ammattilaisille kattavasti sisältöjä liittyen yritystietoon, kiinteistötietoon, juridiikkaan, taloushallintoon, osaami-sen kehittämiseen, johtamiseen ja markkinointiin.

Alma Consumer -segmentti muodostuu yli 30:sta kuluttaja- ja B2B-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 autokaupan myynnin järjestelmät.

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

Alma Consumerin kilpailukyky perustuu median ja palveluiden tavoitavuuteen digitaalisena verkostona, käyttäjädatavarantoon ja kehittyviin toimialavertikaaleihin mediassa, asumisessa, autoilussa ja vertailupalveluissa.

Segmenttien varat ja velat ovat sellaisia liiketoiminnan eriä, joita segmentti käyttää liiketoi-minnassaan.

Konsernin liiketoiminta jakautuu pääosin kahdelle maantieteelliselle alueelle; Suomi ja muu Eurooppa. Alma Career toimii Suomessa sekä kymmenessä muussa Euroopan maas-sa, joista merkittävimmät ovat Tšekki ja Slovakia. Alma Talent -segmentin liiketoiminta on Suomessa ja Ruotsissa. Alma Consumer -segmentti toimii Suomessa.

Maantieteellisten alueiden liikevaihto ja varat esitetään palvelun sijainnin mukaan. Seu-raavissa taulukoissa on esitetty liikevaihdon ja varojen jakauma alueittain vuosina 2022 ja 2021:

Liikevaihto

MEUR	2022	Osuus %	2021	Osuus %
Segmentit Suomi	197,9	64,1	188,1	68,3
Segmentit, muut maat	110,9	35,9	87,3	31,7
Yhteensä	308,8	100,0	275,4	100,0

Liikevoitto

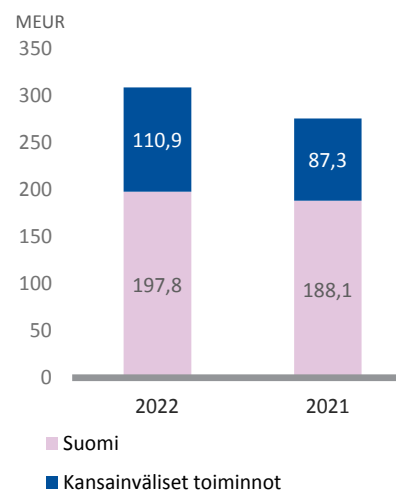
MEUR	2022	Osuus %	2021	Osuus %
Segmentit Suomi	48,3	60,4	41,1	72,5
Segmentit muut maat	44,9	56,1	32,9	58,0
Segmentit yhteensä	93,2	116,5	74,1	130,5
Kohdistamattomat *	-13,2	-16,5	-17,3	-30,5
Yhteensä	80,0	100,0	56,8	100,0

* Segmenteille kohdistamattomat toiminnot sisältää emoyhtiön tuottamat yhteiset palvelut.

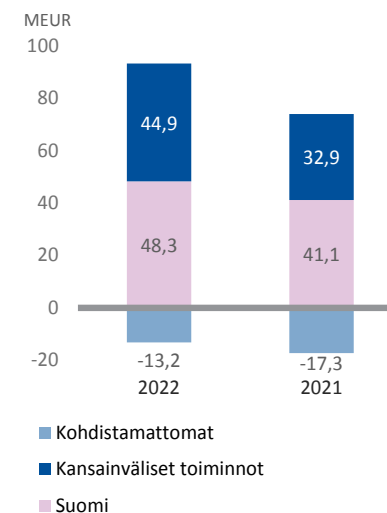
Varat

MEUR	2022	Osuus %	2021	Osuus %
Suomi	339,4	68,5	375,2	72,4
Muut maat	156,1	31,5	144,0	27,8
Eliminoinnit	-0,3	-0,1	-0,9	-0,2
Yhteensä	495,2	100,0	518,4	100,0

Liikevaihto



Liikevoitto



Liikevaihto

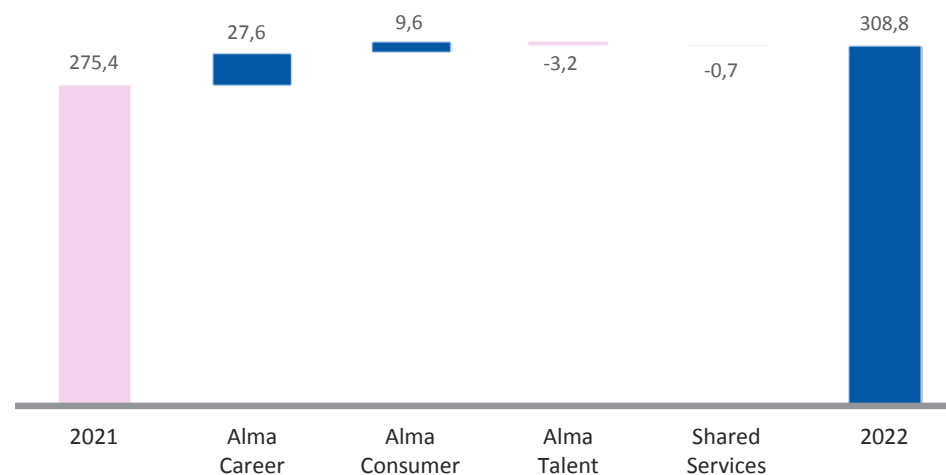
MEUR	Alma Career	Alma Consumer	Alma Talent	Raportoitavat segmentit yhteensä	Kohdistamat- tomat erät ja eliminoinnit	Konserni
Tilikausi 2022						
Liikevaihto						
Ulkoisen liikevaihto	110,6	74,4	89,7	274,7	34,1	308,8
Segmenttien välinen liikevaihto	-0,8	29,7	6,8	35,7	-35,7	0,0
Segmentit yhteensä	109,8	104,1	96,5	310,4	-1,6	308,8
Tilikausi 2021						
Liikevaihto						
Ulkoisen liikevaihto	83,1	67,8	94,2	245,0	30,4	275,4
Segmenttien välinen liikevaihto	-0,9	26,8	5,5	31,3	-31,3	
Segmentit yhteensä	82,2	94,5	99,7	276,4	-0,9	275,4

Tilikauden tulos

MEUR	Alma Career	Alma Consumer	Alma Talent	Rapor- toitavat segmentit yhteensä	Kohdistat- tomat erät ja eli- minoinnit	Konserni
Tilikausi 2022						
Käyttökate ilman oikaistuja eriä	45,5	29,9	23,1	98,5	-7,8	90,6
Poistot ja arvonalentumiset	-2,9	-5,5	-3,4	-11,8	-5,3	-17,2
Liikevoitto/-tappio ilman oikaistuja eriä	42,5	24,4	19,7	86,6	-13,2	73,4
Oikaistut erät	6,0	0,2	0,4	6,6	0,0	6,6
Liikevoitto/-tappio	48,5	24,6	20,1	93,2	-13,2	80,0
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,6	0,0	0,0	0,7	0,0	0,7
Nettorahoituskulut	-1,1	-0,2	4,2	2,8	3,0	5,8
Tulos ennen veroja ja tilinpäätössiirtoja	48,0	24,3	24,3	96,7	-10,2	86,5
Tuloverot					-14,5	-14,5
Tilikauden tulos	48,0	24,3	24,3	96,7	-24,8	71,9

Liikevaihdon muutos, 2021-2022

MEUR



Tilikauden tulos

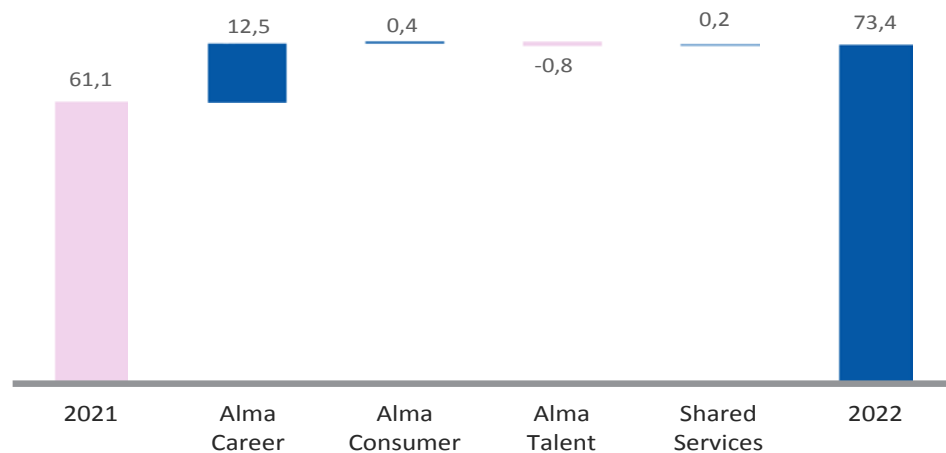
MEUR	Alma Career	Alma Consumer	Alma Talent	Raport- toitavat segmentit yhteensä	Kohdistamattomat erät ja eliminoinnit	Konserni
Tilikausi 2021						
Käyttökate ilman oikaistuja eriä	32,8	28,6	24,3	85,7	-7,9	77,8
Poistot ja arvonalentumiset	-2,8	-4,6	-3,7	-11,1	-5,6	-16,6
Liikevoitto/-tappio ilman oikaistuja eriä	30,0	23,9	20,6	74,5	-13,4	61,1
Oikaistut erät	0,0	-0,4	0,0	-0,4	-3,9	-4,3
Liikevoitto/-tappio	30,0	23,5	20,5	74,1	-17,3	56,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	1,0	0,0	0,0	1,0	0,0	1,0
Nettorahoituskulut	0,3	-0,2	-0,7	-0,6	-0,9	-1,4
Tulos ennen veroja ja tilinpäätössiirtoja	31,4	23,3	19,8	74,5	-18,2	56,3
Tuloverot				0,0	-12,1	-12,1
Tilikauden tulos	31,4	23,3	19,8	74,5	-30,2	44,3

Varat ja velat

MEUR	Alma Career	Alma Consumer	Alma Talent	Raporttoitavat segmentit yhteensä	Kohdistamattomat erät ja eliminoinnit	Konserni
Tilikausi 2022						
Varat	86,2	221,9	110,1	418,3	72,7	491,0
Osuudet osakkuus- ja yhteisyrityksissä	3,7	0,0	0,5	4,2	0,1	4,2
Varat yhteensä	89,9	221,9	110,6	422,5	72,7	495,2
Velat yhteensä	48,8	14,4	31,9	95,1	194,3	289,4
Investoinnit yhteensä	6,0	6,2	3,6	15,8	2,5	18,3
Tilikausi 2021						
Varat	79,7	224,1	113,1	416,9	93,8	510,7
Osuudet osakkuus- ja yhteisyrityksissä	7,2	0,0	0,4	7,6	0,1	7,7
Varat yhteensä	86,9	224,1	113,5	424,5	93,9	518,4
Velat yhteensä	39,5	14,2	38,4	92,1	259,8	351,9
Investoinnit yhteensä	3,2	180,9	1,0	185,2	61,9	247,1

Oikaistun liikevoiton muutos, 2021-2022

MEUR



Segmenteille kohdistamattomat omaisuuserät ovat luonteeltaan rahoitusvaroja sekä verosaamisia. Segmenteille kohdistamattomat velat ovat luonteeltaan rahoitus- ja verovelkoja.

1.2 Liiketoiminnan tuotot

1.2.1 Liikevaihto

① IFRS 15 sisältää viisivaiheisen mallin, jota sovelletaan asiakassopimuksista saatavien myyntituot-
tojen tulouttamiseen. IFRS 15:n mukaan yhteisön on kirjattava myyntituotto sellaisena rahamääränä,
joka kuvastaa vastiketta, johon yhteisö odottaa olevansa oikeutettu luovutettuja tavaroita tai palve-
luja vastaan. Myynnin kirjaaminen voi tapahtua ajan kuluessa tai tiettyä ajankohtana, ja keskeisenä
kriteerinä on määräysvallan siirtyminen.

Alma Media uudisti liikevaihdon raportointiaan 1.3.2021 jakaen liikevaihdon markkinapaikka-, media-
ja palveluliikevaihtoon. Nämä muodostavat Alma Media -konsernin olennaiset liikevaihtovirrat.

Markkinapaikkojen liikevaihto muodostuu pääasiassa digitaalisen mainonnan tuotoista. Luokiteltu
digitaalinen mainosmyynti tuloutetaan ajan kuluessa ilmoituksen voimassaoloaikana. Pidemmälle
sopimuskaudelle (1–12 kk) kohdistuvan ilmoituksen myynti tuloutetaan sopimusjaksolle. Markkina-
paikkojen ja median mainonnan liikevaihto koostuu konsernin medioiden ja palveluiden mainostilan
myynnistä sekä verkossa että printissä. Markkinapaikkojen ja median mainonnan suoritevelvoitteita
ovat mainonta verkossa ja printtijulkaisuissa, kuten display-mainonta, sisältömarkkinointi sekä kump-
panimyynti. Markkinapaikkojen ja median digitaalinen liikevaihto tuloutuu ajan kuluessa pääosin
mainoksen julkaisuajankohdan mukaan ja liikevaihto printissä tuloutuu yhtenä ajankohtana ilmesty-
mispäivien mukaan.

Median sisältöliikevaihto kattaa veroitukset konsernin medioiden sisältöjen myynnistä. Median
sisältöliikevaihdon tuottoja syntyy sekä printin ja digijulkaisuiden sisältöjen myynneistä. Median
sisältöliikevaihdon digipalvelut ja printtituotte ovat erillisiä suoritevelvoitteita, joista printtiliike-
vaihto tuloutetaan yhtenä ajankohtana ilmestymispäivinä ja digiliikevaihto ajan kuluessa sopimuksen
voimassaoloaikana kalenteripäivien suhteessa.

Palveluiden myynti käsittää Alma Talent -segmentissä olevan kirja-, tapahtuma- ja koulutusliiketo-
iminnan sekä tietopalveluiden myynnin. Lisäksi konsernissa on kuluttajille suunnattuja verkkopalve-
luita. Palveluliikevaihto tuloutetaan ajan kuluessa kaudelle, jolloin palvelu luovutetaan.

Alma Medialla on myös liiketoimintaa, jossa Alma Media toimii välittäjänä (agentti) ulkopuolisten
partnereiden palveluille. Näissä tapauksissa Alma Media ei ole pääasiallisessa vastuussa sopimuk-
sen täyttymisestä. Liikevaihtoon kirjataan nettovastikemäärä, kun myynti tapahtuu. Agenttimyynnin
osuus liikevaihdon osuudesta on vähäinen.

Transaktiohinnassa huomioidaan kiinteään hinnastoon perustuva hinta tai sopimuksessa sovittu
räätelty hinta vähennettynä muilla saatavaksi odotettua vastiketta alentavilla erillä, kuten annetut
alennukset. Alma Median sopimuksiin ei tyypillisesti sisälly muuttuvia vastikkeitä, joihin liittyvä epä-
varmuustekijä ratkeaisi suoritevelvoitteen luovuttamisen jälkeen. Tuotteiden ja palveluiden luonteen
vuoksi niiden palautus ei ole lähtökohtaisesti mahdollista, jonka johdosta myöskään takaisinmaksu-
velkaa ei muodostu. Kun luvutun tavarun tai palvelun asiakkaalle luovuttamisen ja asiakkaan suorit-
taman maksun välissä on enintään yksi vuosi, Alma Media soveltaa käytännön apukeinoa eikä kirjaa
merkittävää rahoituskomponenttia eli oikaise transaktiohintaa rahan aika-arvolla.

Sisältöliikevaihdon tilaukset maksetaan pääsääntöisesti tilausjakson alussa. Markkinapaikkaliike-
vaihto sekä median mainosmyynti ja palveluiden myynti maksetaan pääsääntöisesti sopimuskau-
den alussa. Asiakkailta saadut maksut käsitellään saatuina ennakoina taseella, josta saadut ennako-
maksut kirjataan liikevaihdoksi suoritevelvoitteiden asiakkaille siirtämisen mukaan, kuten esimerkiksi
tilausten sisältämien printtituotteiden ilmestymispäivien mukaan.

Alma Medialla on sopimuksen aikaan saamisesta syntyviä lisäkuluja, kuten esimerkiksi lehtimyyntiin
liittyvät provisiot. Alma Media soveltaa käytännön helpotusta eikä aktivoi sopimuksen aikaan saami-
sesta syntyviä lisämenoja. Sopimusmenot kirjattaisiin kuluksi enintään yhdessä vuodessa.

Asiakassopimuksiin liittyvät tase-erät sisältyvät myyntisaamisiin, joita on tarkemmin kuvattu liitteessä
3.7 ja saatuihin ennakoihin, joiden määrä oli 31.12.2022 yhteensä 45,4 (39,2) milj. euroa.

2022 MEUR	Alma Career	Alma Consumer	Alma Talent	Raportoittavat segmentit yhteensä	Kohdistamattomat erät ja eliminoinnit*	Konserni
Markkinapaikat	99,2	41,6	6,7	147,5	-2,9	144,6
Media		52,1	53,4	105,5	2,3	107,8
Sisältömedia		16,3	34,4	50,8	0,0	50,8
- josta digitaalista		11,9 %	50,3 %			37,9 %
Mainonta media		35,8	19,0	54,8	2,3	57,1
- josta digitaalista		90,1 %	59,5 %			80,8 %
Palveluliikevaihto	10,6	10,4	36,4	57,3	-1,0	56,3
- josta digitaalista	96,3 %	98,7 %	59,4 %			71,8 %
Yhteensä	109,8	104,1	96,5	310,4	-1,6	308,8

* Palveluliikevaihtoon sisältyy vuokratuottoja, joita ei käsitellä IFRS 15:n mukaisesti. Vuokratuottojen määrä on
epäolennainen konsernitilinpäätöksen kannalta.

2021 MEUR	Alma Career	Alma Consumer	Alma Talent	Raportoittavat segmentit yhteensä	Kohdistamattomat erät ja eliminoinnit*	Konserni
Markkinapaikat	74,1	37,3	6,2	117,6	-1,2	116,4
Media		47,9	53,2	101,1	0,8	101,9
Sisältömedia		14,7	33,5	48,2	0,0	48,2
- josta digitaalista		3,4 %	46,7 %			33,5 %
Mainonta media		33,3	19,6	52,9	0,8	53,7
- josta digitaalista		88,6 %	57,4 %			77,8 %
Palveluliikevaihto	8,1	9,3	40,3	57,7	-0,6	57,1
- josta digitaalista	96,8 %	98,0 %	54,7 %			65,7 %
Yhteensä	82,2	94,5	99,7	276,4	-0,9	275,4

* Palveluliikevaihtoon sisältyy vuokratuottoja, joita ei käsitellä IFRS 15:n mukaisesti. Vuokratuottojen määrä on
epäolennainen konsernitilinpäätöksen kannalta.

1.2.2 Liiketoiminnan muut tuotot

MEUR	2022	2021
Pitkäaikaisten varojen myyntivoitot	6,9	0,2
Liiketoiminnan muut tuotot	0,3	1,2
Yhteensä	7,2	1,4

1.3 Liiketoiminnan kulut

1.3.1 Materiaalit ja palvelut

MEUR	2022	2021
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö		
Ulkopuoliset palvelut	37,6	35,6
Yhteensä	37,6	35,6
Materiaalit ja palvelut	37,6	35,6

1.3.2 Tutkimus- ja kehittämismenot

Konsernilla oli tutkimus- ja kehittämismenoja vuonna 2022 yhteensä 7,6 (4,6) milj. euroa. Tuloslaskelmaan tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin yhteensä 5,6(3,6) milj. euroa ja taseeseen aktivoitiin vuonna 2022 1,9 milj. euroa kehittämismenoja (1,0 milj. euroa). Yhteensä taseessa 31.12.2022 on aktivoituja kehittämismenoja 3,7 (2,2) milj. euroa.

1.3.3 Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut

① Työsuhde-etuuksiin sisältyvät lyhytaikaiset työsuhde-etuudet, muut pitkäaikaiset etuudet, irtisanomisen yhteydessä suoritettavat etuudet sekä työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet.

Lyhytaikaiset työsuhde-etuudet sisältävät mm. palkat ja luontaisedut, vuosilomat ja bonukset. Muut

pitkäaikaiset etuudet sisältävät esimerkiksi pitkäaikaiseen työsuhteeseen perustuvan juhlan, loman tai korvauksen, kuten palveluvuosisisät. Irtisanomisen yhteydessä suoritettavat etuudet tarkoittavat etuuksia, jotka syntyvät irtisanomisesta eikä työsuorituksesta.

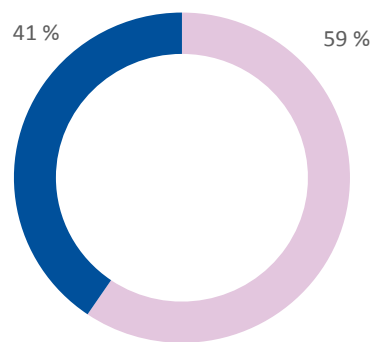
Työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet koostuvat eläkkeistä ja muista työsuhteen jälkeen maksettavista etuuksista esim. henkivakuutuksesta tai terveydenhoidosta. Etuudet luokitellaan maksupohjaisiin ja etuuspohjaisiin etuuksiin. Konsernilla on sekä maksu- että etuuspohjaisia eläkejärjestelyitä. Eläkkeisiin liittyvät laadintaperiaatteet on esitetty tarkemmin liitetiedossa 3.5 Eläkevelvoitteet.

Aiempaan työsuoritukseen perustuvat menot kirjataan kuluksi tulosvaikutteisesti aikaisempaan seuraavista ajankohdista: joko kun järjestelyn muuttaminen tai supistaminen tapahtuu tai kun yhteisö kirjaa tähän liittyvät uudelleenjärjestelymenot tai työsuhteen päättämiseen liittyvät edut.

MEUR	2022	2021
Palkat ja palkkiot	92,2	84,8
Eläkekulut - maksupohjaiset järjestelyt	12,9	11,9
Myönnetty osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot	4,4	4,3
Muut henkilösivukulut	10,0	8,3
Yhteensä	119,6	109,2

**Konsernin henkilökunta keskimäärin kokoaikaiseksi muutettuna
(ilman telemarkkinoijia)**

	2022	2021
Alma Career	682	594
Alma Consumer	374	339
Alma Talent	438	444
Yhteiset toiminnot	184	172
Yhteensä	1 679	1 549
Telemarkkinoijat keskimäärin:	196	337

Henkilöstö


■ Suomi
■ Kansainväliset toiminnot

1.3.4 Liiketoiminnan muut kulut

Seuraavassa on eritelty liiketoiminnan muita kuluja pääryhmittäin:

MEUR	2022	2021
Tietotekniikka- ja tietoliikennekulut	30,3	27,2
Toimitilakulut	1,7	2,2
Myynnin ja markkinoinnin kulut	14,2	11,9
Hallinto- ja asiantuntijakulut	7,3	8,1
Muut henkilöstökulut	6,7	4,8
Muut kulut	1,4	4,4
Yhteensä	61,6	58,6

1.3.5 Tilintarkastajien palkkiot

1 000 EUR	2022	2021
PricewaterhouseCoopers-ketjuun kuuluville yhtiöille		
Tilintarkastuspalkkiot	244,1	232,8
Todistukset ja lausunnot	25,9	4,0
Muut palkkiot	69,2	127,1
Yhteensä	339,2	363,4

PricewaterhouseCoopers Oy:n suorittamat muut kuin tilintarkastuspalvelut Alma Media -konsernin yhtiöille tilikaudella 2022 olivat yhteensä 69,2 tuhatta euroa (tilikaudella 2021 yhteensä 127 tuhatta euroa).

1.4 Johdon palkat ja palkkiot sekä osakeperusteiset maksut

Alma Media Oyj:n toimitusjohtajan sekä muun ylimmän johdon palkitsemisjärjestelmä muodostuu kiinteästä rahapalkasta (kuukausipalkasta), luontoiseduista (auto- ja matkapuhelinetu, toimitusjohtajan osalta myös asuntoetu), tulos- ja toiminnallisten tavoitteiden saavuttamiseen liittyvästä kannustepalkkiosta (lyhyen aikavälin palkitsemisjärjestelmä) ja konsernin avainhenkilöiden osakepohjaisesta kannustinjärjestelmästä (pitkän aikavälin palkitsemisjärjestelmä) sekä johdon eläke-edusta.

1.4.1 Johdon palkat ja palkkiot

Emoyhtiön toimitusjohtaja (Kai Telanne)

1 000 EUR	2022	2021
Palkat ja muut lyhytaikaiset työsuhte-etuudet	1 007,7	908,4
Työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet	471,9	415,2
Myönnetty osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustejärjestelmät	908,7	944,5
Yhteensä	2 388,4	2 268,1

Taulukossa esitetyt luvut on ilmoitettu suoriteperusteisesti. Konsernin toimitusjohtajan vuonna 2022 saamat maksuperusteiset palkat ja palkkiot olivat yhteensä 3 450 902 euroa (vuonna 2021 yhteensä 1 410 619 euroa).

Toimitusjohtajan eläke-etuudet:

Toimitusjohtajalla on lakisääteisen työeläketurvan lisäksi maksuperusteinen ryhmäeläke-etu. Toimitusjohtajan kiinteästä vuosipalkasta lisäeläkemaksu on 37 % vuosipalkasta, mikä lasketaan lisäämällä kiinteään vuosipalkkaan laskennallinen 50 % osuus maksimikannusteesta. Eläkeikä on 60 vuotta, jolloin vakuutusmaksujen maksaminen päättyy. Eläke määräytyy eläkkeen alkamishetken vakuutussäästöjen perusteella. Eläkkeen alkamista voidaan lykätä korkeintaan siihen asti, kun henkilö täyttää 70 vuotta. Eläke määräytyy tällöin sijoituskohteiden arvonkehityksen mukaisesti tarkistetusta vakuutussäästöstä.

Toimitusjohtajan irtisanomisaika:

Toimitusjohtajan irtisanomisaika on kuusi kuukautta. Lisäksi hänelle maksetaan johtajasopimuksen mukaan 12 kuukauden palkkaa vastaava korvaus, mikäli työnantaja irtisanoo hänet ilman, että toimitusjohtaja on syöllistynyt sopimusrikkomukseen. Mikäli toimitusjohtaja irtisanoutuu itse, hänelle ei makseta mainittua 12 kuukauden palkkaa vastaavaa

korvausta. Toimitusjohtajan nimittämisestä ja tarvittaessa tehtävästään vapauttamisesta päättää Alma Median hallitus.

Muut konsernin johtoryhmän jäsenet

1 000 EUR	2022	2021
Palkat ja muut lyhytaikaiset työsuhte-etuudet	2 659,4	2 850,0
Työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet	857,2	840,6
Myönnetty osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät	1 853,1	1 782,1
Yhteensä	5 369,7	5 472,8

Taulukossa esitetyt luvut on ilmoitettu suoriteperusteisesti. Konsernin muiden johtoryhmän jäsenten vuonna 2022 saamat maksuperusteiset palkat ja palkkiot olivat yhteensä 7 050 554 euroa (vuonna 2021 yhteensä 3 954 450 euroa).

Hallituksen jäsenet, vuosi- ja kokouspalkkiot

1 000 EUR	2022	2021
Catharina Stackelberg-Hammarén, puheenjohtaja 29.3.2022 alkaen, hallituksen jäsen 29.3.2022 saakka	78,0	39,0
Jorma Ollila, hallituksen puheenjohtaja 29.3.2022 saakka	3,5	78,5
Eero Broman, varapuheenjohtaja 29.3.2022 alkaen	48,3	
Petri Niemisvirta, hallituksen varapuheenjohtaja 29.3.2022 saakka, hallituksen jäsen 29.3.2022 alkaen	40,9	50,2
Heikki Herlin, hallituksen jäsen 29.3.2022 alkaen	39,0	
Peter Immonen, hallituksen jäsen	40,0	40,0
Esa Lager, hallituksen jäsen	45,5	45,5
Alexander Lindholm, hallituksen jäsen	39,0	40,0
Kaisa Salakka, hallituksen jäsen 29.3.2022 alkaen	39,0	
Päivi Rekonen, hallituksen jäsen 29.3.2022 saakka		4,0
Yhteensä	373,2	297,2

Taulukossa esitetyt hallituksen palkkiot on ilmoitettu suoriteperusteisesti. Yhtiökokouksen päätöksen mukaisesti hallituksen jäsenten vuosipalkkiot maksetaan Alma Media Oyj:n osakkeina.

Yhteensä hallituksen, toimitusjohtajan ja muun yhtiön johtoryhmän saamat palkat ja palkkiot

1 000 EUR	2022	2021
Palkat ja muut lyhytaikaiset työsuhte-etuudet	4 040,3	4 055,6
Työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet	1 329,1	1 255,9
Myönnetty osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät	2 761,8	2 726,6
Yhteensä	8 131,2	8 038,1

1.4.2 Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

Osakepohjainen kannustinjärjestely (LTI 2015 -JÄRJESTELY)

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi vuonna 2015 pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille (jäljempänä LTI 2015 -järjestely). LTI 2015 -järjestelyn tavoitteena on yhdenmukaistaa osallistujien intressit osakkeenomistajien intressien kanssa aikaansaamalla osallistujien pitkäaikainen osakeomistusintressi yhtiössä ja siten yhtiön arvon kasvattaminen pitkällä aikavälillä sekä tukea suoritusperusteista toimintakulttuuria, sitouttaa osallistujia yhtiöön ja tarjota heille kilpailukykyinen kompensatio erinomaisista suorituksista.

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

Osakesijoitukseen perustuva lisäosakeohjelma

Osakesijoitukseen perustuvassa lisäosakeohjelmassa (matching share plan) osallistuja saa tietyn määrän lisäosakkeita Alma Median osakkeisiin tekemänsä sijoituksen perusteella. Vuonna 2015 alkaneessa lisäosakeohjelmassa (LTI 2015 I) osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kahden vuoden odotusjakson jälkeen edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma

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

Vuonna 2015 alkaneessa suoriteperusteisessa lisäosakeohjelmassa ansaintakriteereinä käytetään yhtiön kannattavaan kasvuun ja osakkeen arvoon perustuvia mittareita. Jos hallituksen asettamat ansaintakriteerit saavutetaan kokonaisuudessaan, osallistuja saa maksutta yhteensä neljä lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Osakepalkkio-ohjelmat LTI 2015 III (2017) ja LTI 2015 IV (2018)

Alma Media Oyj:n hallitus on päättänyt LTI 2015 -järjestelyn pohjalta alkavista osakepalkkio-ohjelmista seuraaville vuosille: LTI 2015 III (2017) ja LTI 2015 IV (2018). Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

Hallitus on arvioinut, että LTI 2015 -järjestelyn yhteydessä ei anneta uusia osakkeita eikä kannustinjärjestelyillä siten ole laimentavaa vaikutusta yhtiön rekisteröityyn osakemäärään.

Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän allokaatio ja maksimiansaintamahdollisuus toimitusjohtajan ja konsernin johtoryhmän jäsenten osalta. Tiedot kattavat LTI III ja LTI IV -ohjelmat:

Osakepohjainen kannustinjärjestely (LTI 2019 -JÄRJESTELY)

Joulukuussa 2018 Alma Media Oyj:n hallitus päätti muutoksista yhtiön ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaiseen kannustinjärjestelmään. Hallitus on lisäksi päättänyt uuden pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perustamisesta yhtiön muille avainhenkilöille. Uusi kannustinjärjestelmä käynnistyi vuoden 2019 alusta lukien.

Alma Media Oyj:n yhtiökokous on 29.3.2022 valtuuttanut hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä ja edelleen valtuuttanut hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla mm. kannustinohjelman toteuttamiseksi.

Alma Media Oyj:n hallitus päätti helmikuussa 2020 uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2020). Lisäksi hallitus päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2020).

Alma Media Oyj:n hallitus päätti huhtikuussa 2021 uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2021). Hallitus lisäksi päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2021).

Alma Media Oyj:n hallitus päätti helmikuussa 2022 uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2022). Lisäksi hallitus päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2022).

Osakepalkkioiden kirjaus

Osakepalkkiot kirjataan kokonaisuudessaan omana pääomana maksettavaksi osakeperusteiseksi liiketoimeksi. Kannustinohjelmien perusteella maksuun tulevat osakepalkkiot maksetaan nettomääräisesti osakkeina, kun osakkeina tilitettävästä määrästä on vähennetty verot. Palkkiot perustuvat Alma Median osakkeen markkinahintaan niiden myöntämispäivänä ja kirjataan henkilöstökuluksi vaadituille palvelusvuosille ja vastavasti omaan pääomaan.



Keskeiset osakepalkkiojärjestelmän ehdot

Instrumentti	Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma MSP 2022	Suoriteperusteinen osakepalkkiojärjes- telmä PSP 2022
Yhtiökokouspäivä / Liikkeeseenlaskupäivä	29.3.2022	29.3.2022
Osakkeiden maksimimäärä, kpl	528 000	290 000
Osinko-oikaisu	Ei	Ei
Alkuperäinen allokaatiopäivä	16.2.2022	16.2.2022
Ansaintajakso alkaa, pvm	1.1.2022	1.1.2022
Ansaintajakso päättyy, pvm	31.12.2024	31.12.2024
Vapautumispäivä (vesting-päivä)	28.2.2025	28.2.2025
Enimmäisvoimassaoloaika, vuotta	3,0	3,0
Juoksuaikaa jäljellä, vuotta	2,2	2,2
Osallistumaan oikeutettujen määrä max.	10	80
Toteutustapa	Käteinen & osake	Käteinen & osake

Instrumentti	Suoriteperusteinen osakepalkkio- järjestelmä PSP 2020	Suoriteperusteinen osakepalkkio- järjestelmä MSP 2019	Lisäosake-ohjelma PSP 2019
Yhtiökokouspäivä / Liikkeeseenlaskupäivä	18.12.2018	18.12.2018	18.12.2018
Osakkeiden maksimimäärä, kpl	226 000	375 000	310 000
Osinko-oikaisu	Ei	Ei	Ei
Alkuperäinen allokaatiopäivä	8.5.2020	28.3.2019	28.3.2019
Ansaintajakso alkaa, pvm	1.1.2020	1.1.2019	1.1.2019
Ansaintajakso päättyy, pvm	31.12.2022	31.12.2021	31.12.2021
Vapautumispäivä (vesting-päivä)	28.2.2023	28.2.2022	28.2.2022
Enimmäisvoimassaoloaika, vuotta	2,8	2,9	2,9
Juoksuaikaa jäljellä, vuotta	0,2		
Osallistumaan oikeutettujen määrä max.	47		
Toteutustapa	Käteinen & osake	Käteinen & osake	Käteinen & osake

Instrumentti	Lisäosakeohjelma MSP 2021	Suoriteperusteinen osakepalkkio- järjestelmä PSP 2021	Lisäosakeohjelma MSP 2020
Yhtiökokouspäivä / Liikkeeseenlaskupäivä	18.12.2018	18.12.2018	18.12.2018
Osakkeiden maksimimäärä, kpl	450 000	226 000	390 000
Osinko-oikaisu	Ei	Ei	Ei
Alkuperäinen allokaatiopäivä	7.4.2021	7.4.2021	8.5.2020
Ansaintajakso alkaa, pvm	1.1.2021	1.1.2021	1.1.2020
Ansaintajakso päättyy, pvm	31.12.2023	31.12.2023	31.12.2022
Vapautumispäivä (vesting-päivä)	29.2.2024	29.2.2024	28.2.2023
Enimmäisvoimassaoloaika, vuotta	3,0	3,0	2,8
Juoksuaikaa jäljellä, vuotta	1,2	1,2	0,2
Osallistumaan oikeutettujen määrä max.	9	58	9
Toteutustapa	Käteinen & osake	Käteinen & osake	Käteinen & osake

Instrumentti	Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma LTI 2015 IV	Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma LTI 2015 I II	Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma TSR LTI 2015 IV
Yhtiökokouspäivä / Liikkeeseenlaskupäivä	12.2.2015	12.2.2015	12.2.2015
Osakkeiden maksimimäärä, kpl	195 000	195 000	195 000
Osinko-oikaisu	Ei	Ei	Ei
Alkuperäinen allokaatiopäivä	7.5.2018	30.6.2017	7.5.2018
Ansaintajakso alkaa, pvm	1.1.2018	1.1.2017	1.1.2018
Ansaintajakso päättyy, pvm	31.3.2021	31.3.2022	31.3.2023
Vapautumispäivä (vesting-päivä)	31.3.2021	31.3.2022	31.3.2023
Enimmäisvoimassaoloaika, vuotta	3,8	4,8	4,8
Juoksuaikaa jäljellä, vuotta			0,3
Osallistumaan oikeutettujen määrä max.			31
Toteutustapa	Käteinen & osake	Käteinen & osake	Käteinen & osake

Arvostusparametrit tilikaudella myönnettyille kannustimille

Osakkeen kurssi antohetkellä, EUR	10,88
Osakkeen kurssi kauden lopussa, EUR	9,40
Osinkotuotto-oletus, EUR	0,94
Arvostusmetodi	Monte Carlo simulointi
Käypä arvo yhteensä 31.12.2022, MEUR	3,8

Osakepalkkioiden kauden aikaiset muutokset**1.1.2022**

	Lisäosake- ohjelma MSP 2022	Suorite- perusteinen osakepalk- kiojärjes- telmä PSP 2022	Lisäosake- ohjelma MSP 2021	Suorite- perusteinen osakepalkki- ojärjestelmä PSP 2021	Lisäosake- ohjelma MSP 2020
Kauden alussa ulkona olevat, kpl			391 500	206 000	344 316

Tilikauden muutokset

Kaudella myönnetty	508 140	258 000			
Kaudella menetetty		18 000		20 000	
Kaudella ansaitut					

31.12.2022

Kauden lopussa ulkona olevat, kpl	508 140	240 000	391 500	186 000	344 316
---	---------	---------	---------	---------	---------

Osakepalkkioiden kauden aikaiset muutokset**1.1.2022**

	Suorite- perusteinen osake- palkkio- järjestelmä PSP 2020	Lisäosakeoh- jelma MSP 2019	Suorite- perusteinen osake- palkkio- järjestelmä PSP 2019	Suorite- perusteinen lisäosake- ohjelma TSR LTI 2015 III	Suorite- perusteinen lisäosake- ohjelma LTI 2015 IV	Suorite- perus- teinen lisäosake- ohjelma TSR LTI 2015 IV	Yhteensä
Kauden alussa ulkona olevat, kpl	203 000	375 000	214 000	139 810	146 988	146 988	2 167 602

**Tilikauden
muutokset**

Kaudella myönnetty		13 729					779 869
Kaudella menetetty	9 000		25 601	6 499	35 042	2 000	116 142
Kaudella ansaitut		388 729	188 399	133 311	111 946		822 385

31.12.2022

Kauden lo- pussa ulkona olevat, kpl	194 000					144 988	2 008 944
---	---------	--	--	--	--	---------	--------------

Osakeperusteisen kannustinjärjestelmän vaikutus tilikauden tulokseen ja taloudelliseen asemaan

MEUR	2022	2021
Tilikauden kulut, osakeperusteiset maksut	4,4	4,2
Arvio kaikista meneillään olevista LTI kannustinohjelmista tulevaisuudessa rahana verottajalle suoritettavasta osuudesta tilikauden jälkeen	7,5	8,0

2 Aineettomat ja aineelliset hyödykkeet

2.1 Aineettomat hyödykkeet ja liikearvo

i Liiketoimintojen yhdistämisessä syntyvä liikearvo kirjataan määrään, jolla luovutettu vastike, määräysvallattomien omistajien osuus hankinnan kohteesta ja aiemmin omistettu osuus yhteen laskettuina ylittävät hankitun nettovarallisuuden käyvän arvon. Liikearvo on kohdistettu rahavirtaa tuottaville yksiköille ja testattu siirtymähetkellä. Sen jälkeen sitä testataan vuosittain mahdollisen arvonalentumisen varalta. Liikearvo arvostetaan alkuperäiseen hankintamenoa vähennettynä arvonalentumisilla.

Tutkimusmenot kirjataan kuluksi sillä kaudella, jolloin ne ovat syntyneet. Uusien tai merkittävästi parannettujen tuotteiden suunnittelusta ja toteutuksesta johtuvat kehittämismenot aktivoidaan taseeseen aineettomiksi hyödykkeiksi siitä lähtien, kun kehittämisvaiheen menot ovat luotettavasti määritettävissä, tuote on teknisesti toteutettavissa ja kaupallisesti hyödynnettävissä, tuotteesta odotetaan saatavan vastaista taloudellista hyötyä ja konsernilla on aikomus ja resurssit saattaa kehitystyö loppuun. Aktivoidut kehittämismenot sisältävät ne materiaali-, työ-, ja testausmenot sekä mahdolliset aktivoidut vieraan pääoman menot, jotka aiheutuvat välittömästi hyödykkeen saattamisesta valmiiksi sille aiottuun käyttötarkoitukseen. Aiemmin kuluksi kirjattuja kehittämismenoja ei aktivoida enää myöhemmin.

Patentit, asiakassopimukset, copyright-oikeudet ja ohjelmistolisenssit, joilla on rajallinen taloudellinen vaikutusaika, merkitään taseeseen ja kirjataan tasapoistoina kuluksi tuloslaskelmaan niiden taloudellisen vaikutusajan kuluessa. Aineettomista hyödykkeistä, joilla on rajoittamaton taloudellinen vaikutusaika, ei kirjata poistoja, vaan ne testataan vuosittain arvonalentumisen varalta. Näitä hyödykkeitä, joilla on rajoittamaton taloudellinen vaikutus on konsernissa yrityshankintojen yhteydessä käypään arvoon arvostetut tuotemerkit.

Poistettavien aineettomien hyödykkeiden poistoajat 3–10 vuotta.

MEUR	Aineettomat oikeudet	Muut aineettomat hyödykkeet	Ennakot, aineettomat	Liikearvo	Yhteensä
Tilikausi 2022					
Hankintameno 1.1.	159,9	1,8	2,2	296,2	460,1
Lisäykset	0,5	0,0	5,4	0,0	5,8
Liiketoimintojen hankinnat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vähennykset	-0,2	-0,1	-0,2	-0,7	-1,2
Kurssierot	1,0	0,0	0,0	0,5	1,5
Siirrot erien välillä	2,2	0,0	-2,2	0,0	0,0
Hankintameno 31.12.	163,4	1,7	5,1	296,0	466,3
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	72,4	1,0	0,0	1,7	75,1
Vähennysten ja siirtojen kertyneet poistot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tilikauden poisto	8,7	0,4	0,0	0,0	9,0
Kurssierot	0,3	0,0	0,0	0,0	0,3
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	81,3	1,4	0,0	1,7	84,4
Kirjanpitoarvo 1.1.	87,7	0,7	2,2	294,5	385,1
Kirjanpitoarvo 31.12.	82,1	0,2	5,1	294,4	381,8

MEUR	Aineettomat oikeudet	Muut aineettomat hyödykkeet	Ennakot, aineettomat	Liikearvo	Yhteensä
Tilikausi 2021					
Hankintameno 1.1.	122,7	1,1	1,1	152,3	277,2
Lisäykset	0,1	1,6	1,9	0,0	3,6
Liiketoimintojen hankinnat	41,0	0,0	0,0	142,6	183,6
Vähennykset	-6,6	-0,9	0,0	0,0	-7,5
Kurssierot	1,8	0,0	0,0	1,3	3,2
Siirrot erien välillä	0,9	0,0	-0,9	0,0	0,0
Hankintameno 31.12.	159,9	1,8	2,2	296,2	460,1
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	69,3	0,6	0,0	1,7	71,5
Vähennysten ja siirtojen kertyneet poistot	-5,4	-0,9	0,0	0,0	-6,3
Tilikauden poisto	7,3	1,3	0,0	0,0	8,6
Kurssierot	1,2	0,0	0,0	0,0	1,2
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	72,4	1,0	0,0	1,7	75,1
Kirjanpitoarvo 1.1.	53,6	0,4	1,1	150,7	205,8
Kirjanpitoarvo 31.12.	87,7	0,7	2,2	294,5	385,1

Taloudelliselta vaikutusajaltaan rajoittamattomien aineettomien hyödykkeiden kohdistaminen rahavirtaa tuottaviin yksiköihin

Aineettomien oikeuksien kirjanpitoarvoon sisältyy yhteensä 59,5 milj. euroa sellaista aineetonta oikeutta, josta ei tehdä poistoja, vaan joiden kirjanpitoarvoja testataan vuosittain arvonalennustestauksilla. Näitä hyödykkeitä, joilla on rajoittamaton taloudellinen vaikutusaika, on konsernissa yrityshankintojen yhteydessä käypään arvoon arvostetut tuotemerkit. Rahavirtaa tuottaviin yksiköihin nämä kirjanpidossa poistamattomat aineettomat oikeudet on kohdistettu seuraavasti:

MEUR	2022	2021
Alma Career	16,3	15,9
Alma Consumer	26,5	26,8
Alma Talent	16,7	16,7
Taloudelliselta vaikutusajaltaan rajoittamattomat hyödykkeet yhteensä	59,5	59,4

Liikearvon kohdistus liiketoiminnoille:

MEUR	2022	2021
Seuraaville rahavirtaa tuottaville yksiköille on kohdistettu merkittävä osuus liikearvosta		
Alma Career	48,8	47,9
Alma Consumer	169,5	169,8
Alma Talent	76,0	76,7
Kohdistamaton liikearvo	0,1	0,1
Liikearvo yhteensä	294,4	294,5

Liikearvot, aineettomat oikeudet rajoittamattomin taloudellisin vaikutusajoin sekä muut pitkäaikaiset varat on testattu rahavirtaa tuottavien yksiköiden tasolla. Arvon alentumistestauksessa kerrytettävissä olevana rahavirtana on käytetty käyttöarvoa.

Arvon alentumistestaus

i Konsernissa arvioidaan tilinpäätöspäivänä, onko viitteitä siitä, että jonkin omaisuuserän arvo on alentunut. Jos tällaisia viitteitä ilmenee, arvioidaan kyseisestä omaisuuserästä kerrytettävissä oleva rahamäärä. Kerrytettävissä oleva rahamäärä arvioidaan lisäksi vuosittain myös liikearvosta, kesken-eräisistä aktivoituista kehitysmenoista sekä niistä aineettomista hyödykkeistä, joilla on rajoittamaton taloudellinen vaikutusaika. Nämä arvioidaan riippumatta siitä, onko arvonalentumisesta viitteitä. Aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden kerrytettävissä oleva rahamäärä määritetään joko vähentämällä käyvästä arvosta myynnistä aiheutuvat kulut tai tätä korkeampi käyttöarvo. Käyttöarvolla tarkoitetaan kyseisestä omaisuuserästä tai rahavirtaa tuottavasta yksiköstä saatavissa olevia arvioituja vastaisia nettorahavirtoja, jotka diskontataan nykyarvoonsa. Arvon alentumistappio kirjataan, jos omaisuuserän tai rahavirtaa tuottavan yksikön tasearvo ylittää kerrytettävissä olevan rahamäärän. Arvon alentumistappiot kirjataan tuloslaskelmaan. Arvon alentumiskirjaus voidaan peruuttaa olosuhteiden muuttuessa aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden osalta. Liikearvosta kirjattua arvonalentumistappiota ei voi peruuttaa missään olosuhteissa.

Testauksessa määritelty ennakoidut rahavirrat perustuvat aikaisemman käytännön mukaisesti hallituksen ja liiketoimintayksiköiden johdon vahvistamiin konsernin strategiaennusteisiin kolmelle seuraavalle vuodelle. Tätä ajankohtaa seuraavat vuodet on arvioitu johdon toimesta suhdannetilanne huomioiden. Käyttöarvolaskelmat perustuvat 5 vuoden ajanjaksolle. Terminaalivuoden kassavirta on määritetty ennustekauden viimeisimmän vuoden kassavirran perusteella ja ilman kasvuoletusta. Keskeisimpiä oletuksia ja muuttujia rahavirtoja määriteltäessä ovat yleisten kansantaloudellisten tekijöiden lisäksi medialiiketoiminnan osalta mainonnan ja sisältömyynnin kasvuolettamat eri markkina-alueilla, yksikkökohtainen keskimääräinen pääomakustannus (diskonttokorko) sekä markkinapaikkojen liikevaihdon kehityksen arviointi. Kasvuolettamat vaihtelevat eri markkina-alueilla ja eri tuoteryhmissä ja niiden arvioinnissa on myös otettu huomioon aikaisempi kehitys konsernissa sekä suhdanteiden vaikutus.

Konsernin liiketoiminta, erityisesti mainonnan myynti, on hyvin suhdanneriippuvainen. Konsernin liikevaihdosta merkittävä osuus muodostuu mainosmyynnistä. Mainosmyynti korreloi bruttokansantuotteen muutoksiin ja suurelta osin mainosmyynnin muutokset voimistuvat suhdannekäänteissä. Mainospanostukset Suomessa ovat olleet kansainvälisestäkin mitattuna vähäisiä vuosina 2013-2022 suhteessa BKT:n tasoon. Alma Media arvioi mainospanostusten kasvavan tai vähintään pysyvän nykyisellä tasolla kotimaan markkinoilla. Käyttöarvolaskelmissa käytetyt liikevaihdon ja kulujen kasvuoletukset on esitetty alla olevassa taulukossa.

Konserni on strategian mukaisesti panostanut digitaalisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen. Digitaalisten palveluiden osuus konsernin liikevaihdosta on yli 80 %. Digitaalisissa palveluissa sekä toteutuneet muutokset että kasvuoletukset tulevaisuudessa ovat korkeammat kuin mainospanostuksissa keskimäärin.

Diskonttokorko on määritetty keskimääräisen painotetun pääomakustannuksen (WACC, weighted average cost of capital) avulla maa- ja segmenttikohtaisesti erikseen media- sekä digiliiketoiminnalle. Diskonttokorko on määritetty ennen veroja. Korkokannan määrittely perustuu omalle ja vieraalle pääomalle vaadittavan tuoton painotettuun keskiarvoon. Diskonttokorkokanta on tarkastelukaudella päivitetty markkinakohtaiseen markkinatietoon ulkopuolisen, riippumattoman tahon toimesta. Laskelmilla on huomioitu riskisopeutettu WACC, jossa omaisuuserän beta perustuu vertaisryhmän mediaaniin ja pääomarakenne (D/EV) toimialan keskimääräiseen

velkaantumisasasteeseen arvostuspäivänä. Lisäksi laskelmissa on käytetty pienen yrityksen riskipreemioita, noin 1,43 %, joka perustuu Alma Median markkina-arvoon arvostuspäivänä sekä Duff & Phelps'n suorittamaan pienyritysten riskipreemioiden tilastolliseen analyysiin.

Muutokset vuoteen 2021:

Alma Career ja Alma Consumer -segmenttien testattaviin liiketoimintakokonaisuuksiin ei ole tehty muutoksia. Alma Talent -segmentti testataan yhtenä kokonaisuutena aikaisemman maakohtaisen jaottelun sijaan.

Arvon alentumistestauksessa käytetyt merkittävimmät kasvuolettamat

Tilikausi 2022		Liikevaihdon kasvuolettama % *	Kulujen kasvuolettama % *	WACC ennen veroja %	Liiketoiminta
Alma Career	Suomi, Tšekki, Baltia, Slovakia	3,6	3,2	12,6	Digi
Alma Consumer	Suomi	2,3	2,9	10,7	Media, Digi
Alma Talent	Suomi, Ruotsi	1,1	1,9	10,8	Media, Digi, Palvelu

Tilikausi 2021		Liikevaihdon kasvuolettama % *	Kulujen kasvuolettama % *	WACC ennen veroja %	Liiketoiminta
Alma Career	Suomi, Tšekki, Baltia, Slovakia	7,9	8,3	9,7	Digi
Alma Consumer	Suomi	5,8	5,1	8,3	Media, Digi
Alma Talent	Suomi, Ruotsi	2,5	2,8	8,3	Media, Digi, Palvelu

* Kasvuolettamat perustuvat tarkastelujakson vuosien keskiarvoihin.

Arvonalentumistappiot ja niiden kohdistaminen

Konserni kirjasi päättyvän tilikauden aikana arvonalentumistappion 0,6 milj. euroa, joka kohdistui muihin sijoituksiin. Johdon näkemyksen mukaan Alma Media -konsernin yksiköiden osalta ei ole viitteitä arvonalentumisesta. Konserni kirjasi edellisellä tilikaudella arvonalentumistappioita 0,2 milj. euroa, joka kohdistui muihin sijoituksiin.

Arvonalentumistestauksen herkkyyshanalyysit

Uudempiin liiketoiminta-alueisiin kohdistuvat liikearvot sekä viimeaikaisten yritys-hankintojen myötä muodostuneet liikearvot ovat herkempiä arvonalennustestauksen näkökulmasta ja siten alttiimpia mahdollisille arvonalennuksille edellä mainittujen keskeisimpien olettamatekijöiden muuttuessa.

Herkkyyshanalyysin yhteydessä on arvioitu diskonttokoron nousun (enintään 3 %), markkinapaikkojen myynnin laskun (enintään 6 %) sekä median myynnin laskun (enintään 6 %) vaikutusta ennakoituihin rahavirtoihin. Markkinapaikkojen myynnin ja median myynnin herkkyyshanalyysin lähtökohta perustuu johdon raportointikauden päättymispäivän mukaiseen arvioon tulevasta kehityksestä.

Alma Career -segmentin yhteenlasketut kirjanpitoarvot olivat testaushetkellä noin 17 % arvioiduista kerrytettävissä olevan rahan määrän nykyarvosta. Terminaalin vaikutus käyttöarvoon oli laskelmissa 63 %. Johdon tekemän analyysin perusteella tulevien vuosien kassavirtojen nettonykyarvo (NPV) on kasvanut vuodesta 2021 yhteensä 102 miljoonalla eurolla. Kasvu selittää erityisesti rekrytointiliiketoiminnan kysynnän vahva kasvu. WACC -diskonttokorkotason nousun vaikutus viime tilikauden verrattuna oli noin 119 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan kannattavuuskehityksen arvioidaan jatkavan kasvuaan myös tulevina vuosina. Alma Career -segmentin omaisuuserien kirjanpitoarvo raportointihetkellä on 75 miljoonaa euroa. Tehdyn herkkyyshanalyysin perusteella Alma Career -liiketoimintaan ei kohdistu merkittävää, tulevaa arvonalentumisriskiä.

Alma Consumer -segmentin yhteenlasketut kirjanpitoarvot olivat testaushetkellä noin 75 % arvioiduista kerrytettävissä olevan rahamäärän nykyarvosta. Terminaalin vaikutus käyttöarvoon oli laskelmissa noin 67 %. Johdon tekemän analyysin perusteella tulevien vuosien arvioitu kassavirtojen nettonykyarvo (NPV) on laskenut vuodesta 2021 yhteensä 37 milj. eurolla. Liiketoiminnan kannattavuus on pysynyt vakaana vuoden 2022 aikana erityisesti media- ja markkinapaikkaliiketoiminnassa. Diskonttokorkotason nousun vaikutus nettonykyarvon laskuun oli noin 76 milj. euroa. Kannattavuuskehityksen arvioidaan pysyvän vakaana myös tulevina vuosina. Tehdyn herkkyyshanalyysin perusteella Alma Consumer -segmentin liiketoimintaan ei kohdistu merkittävää, tulevaa arvonalentumisriskiä.

Alma Talent -segmentin yhteenlasketut kirjanpitoarvot olivat testaushetkellä noin 53 % arvioiduista kerrytettävissä olevan rahamäärän nykyarvosta. Terminaalin vaikutus käyttöarvoon oli laskelmissa 66 %. Johdon tekemän analyysin perusteella tulevien vuosien arvioitu kassavirtojen nettonykyarvo (NPV) on laskenut vuodesta 2021 yhteensä 25 milj. euroa. Liiketoiminnan kannattavuus on pysynyt vakaana. Diskonttokorkotason nousun vaikutus nettonykyarvon laskuun oli noin 48 milj. euroa. Kannattavuuskehityksen arvioidaan pysyvän vakaana myös tulevina vuosina. Tehdyn herkkyyshanalyysin perusteella Alma Talent -liiketoimintaan ei kohdistu merkittävää, tulevaa arvonalentumisriskiä.

Osakkuusyhtiöiden tasearvoa arvioidaan yhtiöistä saatuaan kassavirtaan nähden (osinkotuotot), niiden substanssiarvoon verraten tai muutoin arvioidaan yhtiön tuloksen-tekokykyä tulevaisuuden kassavirta-arvioiden osalta. Tehdyn analyysin perusteella osakkuusyhtiöosakkeisiin ei kohdistunut arvonalentumisriskiä.

2.2 Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet

i Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet on arvostettu poistoilla ja arvonalentumisilla vähennettyyn hankintamenuon. Hankintamenuon sisällytetään menot, jotka aiheutuvat välittömästi aineellisen käyttöomaisuushyödykkeen hankinnasta. Mikäli käyttöomaisuushyödyke koostuu useammasta osasta, joiden taloudelliset vaikutusajat ovat eripituiset, kukin osa käsitellään erillisenä hyödykkeenä.

Hyödykkeistä tehdään tasapoistot arvioidun taloudellisen vaikutusajan kuluessa. Maa-alueista ei tehdä poistoja. Arvioidut taloudelliset vaikutusajat ovat seuraavat:

Rakennukset	30–40 vuotta
Rakennelmat	5 vuotta
Koneet ja kalusto	3–15 vuotta

Omaisuserän jäännösarvo ja taloudellinen vaikutusaika tarkistetaan vähintään jokaisen tilikauden lopussa ja tarvittaessa oikaistaan kuvastamaan taloudellisen hyödyn odotuksissa tapahtuneita muutoksia.

Kun käyttöomaisuushyödykkeen erillisenä hyödykkeenä käsitelty osa uusitaan, uuteen osaan liittyvät kulut aktivoidaan. Näin tehdään myös merkittävien tarkastus- ja huoltotoimien osalta. Muut myöhemmin syntyvät menot aktivoidaan vain silloin, kun ne lisäävät yritykselle koituvaa taloudellista hyötyä. Kaikki muut kulut, kuten normaalit huolto- ja korjaustoimenpiteet, kirjataan tuloslaskelmaan kuluksi niiden syntymishetkellä.

Aineellisten käyttöomaisuushyödykkeiden käytöstä poistamisesta ja luovutuksista syntyvät myyntivoitto/tappio kirjataan tulosvaikutteisesti ja ne esitetään liiketoiminnan muissa tuotoissa ja kuluissa. Myyntivoitto/tappio määritetään myyntihinnan ja jäljellä olevan hankintamenon erotuksena.

MEUR	Rakennukset ja rakennelmat	Koneet ja kalusto	Muut aineelliset hyödykkeet	Ennakko-maksut ja keskeneräiset hankinnat	Yhteensä
Tilikausi 2022					
Hankintameno 1.1.	58,0	2,8	1,4	0,1	62,4
Lisäykset	4,2	1,7	0,0	1,6	7,4
Vähennykset	-0,2	-0,8	-0,1	0,0	-1,2
Kurssierot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Siirrot erien välillä	0,9	0,7	-0,1	-1,6	0,0
Hankintameno 31.12.	63,0	4,4	1,2	0,1	68,8
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	25,0	1,8	0,2		27,1
Vähennysten kertyneet poistot	-0,1	-0,8	-0,2	0,0	-1,1
Tilikauden poisto	7,1	1,0	0,1	0,0	8,1
Kurssierot	0,1	0,8	0,0	0,0	0,0
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	32,1	2,8	0,1	0,0	35,1
Kirjanpitoarvo 1.1.	33,0	1,0	1,1	0,1	35,2
Kirjanpitoarvo 31.12.	30,9	1,6	0,9	0,1	33,6



MEUR	Rakennukset ja rakennelmat	Koneet ja kalusto	Muut aineelliset hyödykkeet	Ennakkomaksut ja keskenäiset hankinnat	Yhteensä
Tilikausi 2021					
Hankintameno 1.1.	57,3	2,5	1,3	0,0	61,3
Lisäykset	1,1	0,3	0,1	0,4	1,9
Vähennykset	-0,4	-0,3	0,0	0,0	-0,7
Kurssierot	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Siirrot erien välillä	0,0	0,3	0,0	-0,4	-0,1
Hankintameno 31.12.	58,0	2,8	1,4	0,1	62,4
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	20,2	0,3	0,1		20,7
Vähennysten kertyneet poistot	-1,4	-0,3	0,0		-1,7
Tilikauden poisto	6,2	1,8	0,1		8,1
Kurssierot	0,0	0,1	0,0		0,1
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	25,0	1,8	0,2		27,1
Kirjanpitoarvo 1.1.	37,1	2,1	1,2	0,0	40,6
Kirjanpitoarvo 31.12.	33,0	1,0	1,1	0,1	35,2

Aineellisiin käyttöomaisuushyödykkeisiin sisältyy käyttöoikeusomaisuuseriä seuraavasti:

MEUR	Rakennukset	Koneet ja kalusto	Yhteensä
Tilikausi 2022			
Hankintameno 1.1.	57,0	2,6	59,6
Lisäykset	4,2	1,0	5,2
Vähennykset	-0,2	-0,7	-0,9
Hankintameno 31.12.	61,0	2,9	63,9
Kertyneet poistot 1.1	25,3	1,4	26,7
Vähennysten kertyneet poistot			
Tilikauden poisto	6,6	0,8	7,3
Kertyneet poistot 31.12.	31,8	2,1	33,9
Kirjanpitoarvo 31.12	29,2	0,8	30,0
Tilikausi 2021			
Hankintameno 1.1.	56,1	1,4	57,5
Lisäykset	0,9	1,2	2,1
Hankintameno 31.12.	57,0	2,6	59,6
Kertyneet poistot 1.1	19,1	0,2	19,3
Tilikauden poisto	6,2	1,2	7,4
Kertyneet poistot 31.12.	25,3	1,4	26,7
Kirjanpitoarvo 31.12	31,7	1,2	32,9

3. Pääomarakenne ja rahoituskulut

3.1 Rahoitustuotot ja -kulut

Rahoitustuotot rahoitusinstrumenttiluokittain

MEUR	2022	2021
Korkotuotot eräpäivään asti pidettävistä sijoituksista	0,1	0,1
Arvonmuutokset käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavista eristä		
Ehdollisten kauppahintavelkojen käyvän arvon muutos	4,2	0,2
Arvonmuutokset pysyvien vastaavien sijoituksissa		0,1
Korko- ja valuuttajohdannaisten käyvän arvon muutos	4,8	0,4
Osinkotuotot käypään arvoon muiden laajan tuloksen erien kautta kirjattavista varoista	0,1	0,2
Yhteensä	9,2	0,9

Rahoituskulut rahoitusinstrumenttiluokittain

MEUR	2022	2021
Korkokulut jaksotettuun hankintamenoan arvostettavista korollisista veloista	1,2	1,1
Korkokulut jaksotettuun hankintamenoan arvostettavista taseeseen kirjatusta vuokrasopimuksista	0,5	0,5
Valuuttakurssivoitot ja -tappiot rahavaroista (lainat ja muut saamiset)	0,4	0,1
Arvonmuutokset pysyvien vastaavien sijoituksista	0,5	
Muut rahoituskulut	0,7	0,6
Yhteensä	3,4	2,3

3.2 Rahoitusvarat

ⁱ Konsernin rahoitusvarat on arvostettu ja luokiteltu IFRS 9 -standardin mukaisesti seuraaviin ryhmiin: jaksotettuun hankintamenoan, käypään arvoon laajan tuloksen kautta ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti arvostettavat rahoitusvarat. Luokittelu tapahtuu liiketoimintamallin tavoitteen sekä rahoitusvarojen sopimusperusteisten rahavirtaominaisuuksien perusteella alkuperäisen hankinnan yhteydessä.

Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat ovat ehdollisia kauppahintasaatavia ja johdannaisinstrumentteja. Ehdolliset kauppahintasaatavat syntyvät yritysjärjestelyissä. Yhtiö suojautuu korkojohdannaisille rahoitusvelkojen koron muutoksiin. Kauppahintasaatavat ja johdannaisinstrumentit merkitään syntyessään taseeseen käypään arvoonsa ja arvostetaan uudelleen tilinpäätöshetkellä. Ehdollisten kauppahintasaatavien käyvän arvon muutokset kirjataan tuloslaskelman rahoituseriin. Johdannaisten käyvän arvon muutokset kirjataan tulosvaikutteisesti rahoituseriin.

Ehdollisten kauppahintasaatavien ja -velkojen arvonmääritys perustuu arvioitujen vastaisten rahavirtojen diskontattuihin arvoihin. Arvonmääritys tehdään jokaisena raportointipäivänä perustuen kauppahintasopimusten mukaisiin ehtoihin. Johto arvioi ehtojen toteutumista jokaisena raportointipäivänä.

Jaksotettuun hankintamenoan arvostettaviin rahoitusvaroihin sisältyvät myyntisaamiset sekä muut saamiset. Myyntisaamisten arvonalentumiset kirjataan odotettuihin luottotappioihin perustuen käytäen yksinkertaistettua mallia, joka on kuvattu liitteessä 3.6.3. Myyntisaamiset ja sopimuksiin perustuvat omaisuuserät kirjataan pois taseesta lopullisina luottotappioina, kun niistä ei voida kohtuudella odottaa saatavan maksua. Viitteitä siitä, ettei maksua voida kohtuudella odottaa, ovat velallisen merkittävät taloudelliset vaikeudet, konkurssin todennäköisyys, maksujen laiminlyönti tai maksusuo-ritusten viivästymisen yli 180 päivää. Myyntisaamisista ja sopimuksiin perustuvista omaisuuseristä johtuvat arvonalentumistappiot esitetään tuloslaskelmassa liiketoiminnan muissa kuluissa.

Noteeraamattomat osakkeet arvostetaan hankintahintaan luotettavan käyvän arvon puuttuessa. Osakkeista saatavat osingot kirjataan rahoitustuottoihin, kun oikeus osinkoon on syntynyt.

Rahavarat koostuvat käteisestä rahasta, vaadittaessa nostettavissa olevista pankkitalletuksista ja muista lyhytaikaisista, erittäin likvideistä sijoituksista. Konserni on arvioinut, että näihin ei kohdistu olennaisia odotettua luottotappiota.

Rahoitusvarojen kirjaamisessa käytetään yleisesti kaupantekopäivää. Rahoitusvarojen taseesta pois kirjaaminen tapahtuu silloin, kun konserni on menettänyt sopimusperusteisen oikeuden rahavirtoihin tai kun se on siirtänyt merkittävältä osin riskit ja tuotot ulkopuolelle.

3.2.1 Muut rahoitusvarat

MEUR	Tasearvot 2022	Tasearvot 2021
Pitkäaikaiset rahoitusvarat		
Myytavissä olevat rahoitusvarat		
Noteeraamattomat osakesijoitukset, myytävänä olevat omaisuuserät	3,4	3,6
Eräpäivään asti pidettävät sijoitukset		
Korkojohdannainen	5,5	0,2
Yhteensä	8,8	3,8
Rahoitusvarat yhteensä	8,8	3,8

Seuraavassa taulukossa on esitetty noteeraamattomat osakesijoitukset:

MEUR	2022	2021
Tilikauden alussa	3,6	3,9
Muut lisäykset	0,4	0,6
Vähennykset	-0,6	0,9
Tilikauden lopussa	3,4	3,6

3.2.2 Rahavarat

MEUR	2022	2021
Käteinen raha ja pankkitilit	30,0	51,9
Yhteensä	30,0	51,9

3.3 Rahoitusvelat

i Liiketoimintojen yhdistämisessä syntyneiden ehdollisten kauppahintavelkojen käyvän arvon määrittäminen perustuu johdon näkemykseen. Merkittävimmät muuttajat ehdollisten kauppahintojen käyvän arvon muutoksessa on arvio tulevasta liikevoitosta. Ehdolliset kauppahintavelat on luokiteltu käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjatuihin rahoitusveloihin. Ne merkitään taseeseen käypään arvoonsa ja käyvän arvon muutokset kirjataan tuloslaskelman rahoituseriin.

Muut rahoitusvelat merkitään alun perin kirjanpitoon käypään arvoonsa. Myöhemmin muut rahoitusvelat arvostetaan jaksotettuun hankintamenoon. Rahoitusvelkoja sisältyy pitkä- ja lyhytaikaisiin velkoihin ja ne voivat olla korollisia tai korottomia.

Korollisista veloista johtuvat menot on kirjattu kuluksi sillä tilikaudella, jonka aikana ne ovat syntyneet. Konsernissa ei ole aktivoitu vieraan pääoman menoja, koska konsernille ei muodostu vieraan pääoman menoja hyödykkeen hankkimisesta, rakentamisesta tai valmistamisesta IAS 23 -standardin edellyttämällä tavalla.

Konserni on ottanut vuokralle erilaisia toimistoja, varastotiloja, laitteistoja ja ajoneuvoja. Vuokrasopimukset tehdään yleensä kiinteäksi ajanjaksoksi, jonka pituus vaihtelee 6 kuukaudesta 15 vuoteen, mutta niihin voi sisältyä jäljempänä kuvattuja jatkamisoptioita.

Sopimuksiin voi sisältyä sekä vuokrasopimuskomponentteja että muita komponentteja. Sopimuksen mukainen vastike kohdistetaan vuokrasopimuskomponentille ja muille komponenteille niiden suhteellisten erillishintojen perusteella. Vuokrasopimusten muita komponentteja kuten esimerkiksi palvelusopimuksia ei sisällytetä tasearvoon vaan kirjataan kuluksi toteuttamisajankohtana.

Vuokrasopimusten ehdot neuvotellaan tapauskohtaisesti, ja niihin sisältyy paljon erilaisia ehtoja. Vuokrasopimuksiin ei sisälly muita kovenantteja kuin vuokrattuihin omaisuuseriin liittyvä vuokralleantajalla oleva vakuusintressi. Vuokralle otettuja omaisuuseriä ei saa käyttää lainojen vakuutena.

Aineellisia hyödykkeitä koskevat vuokrasopimukset, joissa konsernilla on olennainen osa omistamiselle ominaisista riskeistä ja eduista kirjataan käyttöomaisuuseräksi ja vastaava velka, kun vuokralle otettu omaisuuserä on konsernin käytettävissä.

Vuokrasopimuksista aiheutuvat varat ja velat arvostetaan aluksi nykyarvoon perustuen. Vuokrasopimusvelat sisältävät seuraavien vuokrien nettomääräisen käyvän arvon:

- kiinteät maksut
- muuttuvat vuokrat, jotka perustuvat indeksiin tai hintatasoon ja jotka alun perin arvostetaan käyttäen sopimuksen solmimisajankohdan indeksiä tai hintaa

Vuokrat diskontataan käyttäen vuokrasopimuksen sisäistä korkoa tai vuokralleottajan lisäluoton korkoa. Lisäluoton korolla tarkoitetaan korkoa, jonka asianomainen vuokralleottaja joutuisi maksamaan lainatessaan vastaavaksi ajaksi ja vastaavanlaisin vakuuksin rahat, jotka tarvitaan käyttöoikeusomaisuuserän arvoa vastaavan omaisuuserän hankkimiseksi vastaavanlaisessa taloudellisessa ympäristössä.

Vuokrasopimusvelan laskennassa käytetty laskennallinen korkokanta vaihtelee sopimuksittain 1,5 % - 6,0 %:n välillä ja velan määrä perustuu tilavuokrien sopimusvastuiden perusteella laskettuun velkatasoon. Mikäli vuokrasopimusvelan määrittämisessä käytettyä laskennallista korkotasoa nostettaisiin 1 %-yksiköllä, vaikutus rahoituskuluihin olisi 0,3 milj. euroa.

Konserni on altistunut indeksiin tai hintaan perustuvien vuokrien mahdollisille korotuksille, joita ei oteta huomioon vuokrasopimusvelassa ennen kuin ne toteutuvat. Kun indeksiin tai hintaan perustuvien vuokrien muutokset toteutuvat, vuokrasopimusvelka arvioidaan uudelleen ja sitä oikaistaan käyttöomaisuuserää vastaan.

Maksettavat vuokrat kohdistetaan pääomaan ja rahoitusmenoon. Rahoitusmeno kirjataan tulosvaikutteisesti vuokra-aikana siten, että jäljellä olevan velan korkoprosentti on jokaisella kaudella sama.

Käyttöoikeusomaisuuserät arvostetaan hankintamenoon, joka sisältää vuokrasopimusvelan alkupe-
räisen määrän. Käyttöomaisuuseristä tehdään poistoja yleensä tasaerinä omaisuuserän taloudellisenä vaikutusajana tai sitä lyhyempänä vuokra-aikana.

Laitteistoja ja ajoneuvoja koskeviin lyhytaikaisiin vuokrasopimuksiin ja kaikkiin arvioltaan vähäisiä omaisuuseriä koskeviin vuokrasopimuksiin liittyvät maksut kirjataan kuluksi tasaerinä. Lyhytaikaisiksi katsotaan vuokrasopimukset, joiden mukainen vuokra-aika on enintään 12 kuukautta. Arvoltaan vähäisiin omaisuuseriin kuuluu ICT-laitteita ja pieniä toimintokalusteita.

Osa konsernin aineellisia käyttöomaisuushyödykkeitä koskevat vuokrasopimukset sisältävät jatkamis- ja päättämisoptioita. Niitä käytetään, jotta saadaan maksimoitua toiminnallinen joustavuus konsernin toiminnoissa käytettävissä omaisuuserissä.

Useimpiin toimistotiloja ja ajoneuvoja koskeviin vuokrasopimuksiin sisältyvät jatko-optiot eivät sisälly vuokrasopimusvelkaan, koska konserni pystyisi korvaamaan omaisuuserät toisilla ilman, että siitä aiheutuu merkittäviä kustannuksia tai haittaa liiketoiminnalle. Alma Medialla on vuokrasopimuksia, joiden vuokra-aika on määriteltä kohtuullisen varmasti voimassa olevaksi. Näiden osalta jatkamisoptioksi on määriteltä kolme vuotta.

Vuokra-aika arvioidaan uudelleen, jos optio todella käytetään (tai jätetään käyttämättä) tai sen käyttämisestä (tai käyttämättä jättämisestä) tulee konsernille pakollista. Kohtuullista varmuutta koskevaa arviota muutetaan vain, jos toteutuu tähän arvioon vaikuttava merkittävä tapahtuma tai olosuhteiden muutos, joka on vuokralleottajan määräysvallassa.

Valtaosin uudet taseeseen kirjattavat sopimukset koostuvat toimitilojen ja autojen vuokrasopimuksista. ICT-laitteiden vuokrasopimukset sen sijaan käsitellään taseen ulkopuolisena vastuuna.

Taulukossa on kuvattu konsernin pitkäaikaiset ja lyhytaikaiset rahoitusvelat.

MEUR	2022	2021
RAHOITUSVELAT		
Pitkäaikaiset rahoitusvelat		
Jaksotettuun hankintamenoön arvostetut rahoitusvelat		
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	23,7	26,8
Pitkäaikaiset lainat rahoituslaitoksilta	140,0	200,0
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat velat		
Liiketoimintojen hankinnoissa syntyneet ehdolliset kauppahintavelat	9,6	16,3
Muut velat	0,0	0,0
Yhteensä	173,3	243,1
Lyhytaikaiset rahoitusvelat		
Jaksotettuun hankintamenoön perustuvat		
Vuokrasopimusvelat	7,0	7,0
Lyhytaikaiset lainat rahoituslaitoksilta	2,0	0,0
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat velat	1,0	0,8
Valuuttajohdannaiset	0,7	0,3
Liiketoimintojen hankinnoissa syntyneet ehdolliset kauppahintavelat	0,3	0,5
Yhteensä	9,9	7,8
Rahoitusvelat yhteensä	183,3	250,8

Konsernin rahoitusvelat ovat euromääräisiä ja vaihtuvakorkoisia. Yhtiön korolliset velat vuonna 2022 lopussa koostuvat Term Loan -lainasta ja vuokrasopimusveloista. Korkoriskin suojausta on kuvattu tarkemmin liitteessä 3.7 Rahoitusriskit.

Konsernin rahoitusvelkojen keskimääräinen korkoprosentti vuonna 2022 oli 0,9 % (1,2 % vuonna 2021).

Nettovelkojen täsmäytyslaskelma

MEUR	Rahavarat	Vuokraso- pimusvelat vuoden kuluessa	Vuokraso- pimusvelat yli vuoden kuluttua	Lainat vuoden kuluessa	Lainat yli vuoden kuluttua	Yhteensä
Nettovelat 1.1.2022	51,9	7,0	26,8		200,0	181,8
Rahavirrat	-21,9	-7,1		2,0	-60,0	-43,2
Hankinnat - vuokraso- pimusvelat ja kannus- timet						
IFRS 16 -vuokrasopi- musvelan lisäys			4,1			4,1
Valuuttakurssioikaisut						
Muut muutokset, joihin ei liity maksua		7,1	-7,1			
Nettovelat 31.12.2022	30,0	7,0	23,7	2,0	140,0	142,6
Nettovelat 1.1.2021	48,0	7,0	31,9		0,0	-9,1
Rahavirrat	4,1	-7,5			200,0	188,3
Hankinnat - vuokraso- pimusvelat ja kannus- timet						
IFRS 16 -vuokrasopi- musvelan lisäys			2,0			2,0
Valuuttakurssioikaisut						
Muut muutokset, joihin ei liity maksua		7,5	-7,5			
Nettovelat 31.12.2021	51,9	7,0	26,8		200,0	181,8

Konserni on luokitellut käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat erät käypien arvojen hierarkian mukaan seuraavasti:

MEUR	2022	2021
Taso 2		
Korkojohdannainen	5,5	0,2
Valuuttajohdannaiset	-0,7	-0,3
Taso 3		
Liiketoimintojen hankinnoissa syntyneet ehdolliset kauppahintavelat	9,9	16,8
Käypään arvoon laajan tuloksen kautta arvostettavat osakkeet	3,4	3,6

Taso 1 sisältää täysin samanlaisten velkojen noteeratut (oikaisemattomat) hinnat toimivilla markkinoilla.

Taso 2 instrumenttien käyvät arvot perustuvat merkittävilta osin muihin syöttötietoihin kuin tasoon 1 sisältyviin noteerattuihin hintoihin, mutta kuitenkin tietoihin, jotka kyseiselle omaisuuserälle tai velalle on havainnoitavissa joko suoraan tai epäsuorasti.

Taso 3 sisältää velkaa koskevat syöttötiedot, jotka eivät perustu havainnoitavissa olevaan markkinatietoon (muut kuin havainnoitavissa olevat syöttötiedot).

Päättäneen tilikauden ja edellisen tilikauden aikana ei ole tapahtunut siirtoja käypien arvojen hierarkian tasojen välillä.

Ehdolliset kauppahintavelat ovat syntyneet liiketoimintojen hankintojen yhteydessä ja perustuvat hankittujen liiketoimintojen vuosien 2021–2025 arvioituun liiketoiminnan kasvuun sekä kannattavuuskehitykseen. Yksittäisistä sopimuksista riippuen ehdollisten kauppahintavelkojen toteuma yhteensä voi vaihdella välillä 0–26 milj. euroa, joista parhaan käytettävissä olevan tiedon mukaan velaksi on tilinpäätöksessä 31.12.2022 kirjattu velkaa 9,9 milj. euroa (16,8 milj. euroa 31.12.2021).

Ehdolliset kauppahintavelat

MEUR	31.12.2022	31.12.2021
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	16,8	19,9
Maksetut velat	-2,4	-2,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella *	-4,6	-1,1
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	9,8	16,8

* Sisältää käyvän arvon muutokset Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy:n, Asuntopuntarin ja Netello Systems Oy:n ehdollisten kauppahintavelkojen osalta

Ehdolliset kauppahintasaatavat

MEUR	31.12.2022	31.12.2021
Saatavien käypä arvo katsauskauden alussa	0,2	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	0,2

Rahoitusvelkojen kirjanpitoarvot vastaavat rahoitusvelkojen käypää arvoa. Alla olevassa taulukossa on kuvattu erikseen johdannaissopimusten käyvät arvot sekä kohde-etuuksien arvo.

Johdannaissopimukset

MEUR	2022	2021
Korkojohdannainen		
Käypä arvo	5,5	0,2
Kohde-etuuksien arvo	50,0	50,0
Valuuttajohdannainen		
Käypä arvo	-0,7	-0,3
Kohde-etuuksien arvo	13,7	11,9

i Valuuttatermiinien käyvät arvot määritetään käyttämällä raportointikauden päättämispäivän markkinahintoja vastaavan pituisille sopimuksille. Koronvaihtosopimusten käyvät arvot on määritetty tulevien rahavirtojen nykyarvoon perustuvalla menetelmällä, jonka tukena on raportointikauden päättämispäivän markkinakorot ja muu markkinainformaatio. Käyvät arvot vastaavat niitä hintoja, jotka konserni joutuisi maksamaan tai saisi, jos se siirtäisi johdannaissopimuksen tavanmukaisessa liiketoimessa raportointikauden päättämispäivän markkinaolosuhteissa.

Rahoitusvelkojen maturiteettijakauma on kuvattu tarkemmin liitetiedossa 3.7. Rahoitusriskit.

Vuokrasopimusvelkojen erääntymisajat

MEUR	2022	2021
Vuokrasopimusvelat - vähimmäisvuokrien kokonaismäärä		
2022		7,4
2023	7,5	6,6
2024	7,1	6,0
2025	6,6	5,4
2026	6,1	5,4
2027	4,7	
Myöhemmin	1,5	4,5
Yhteensä	33,5	35,2
Vuokrasopimusvelat - vähimmäisvuokrien nykyarvo		
2022		7,2
2023	7,0	6,3
2024	6,9	5,7
2025	6,3	5,1
2026	5,4	5,0
2027	4,1	
Myöhemmin	1,1	4,3
Yhteensä	30,7	33,7
Tulevaisuudessa kertyvät rahoituskulut	2,7	1,5

3.4 Muut vuokrasopimukset

i Lyhytaikaiset alle 12 kk sopimukset ja arvoltaan vähäiset sopimukset kuten ICT-laitteiden vuokrasopimukset käsitellään taseen ulkopuolisina vastuina

Konsernin ollessa vuokralleantajana vuokratuotot kirjataan tuloslaskelmaan tasaerinä vuokratuotokauden kuluessa.

Konserni vuokralle ottajana

Ei-peruutettavissa olevien muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:

MEUR	2022	2021
Yhden vuoden kuluessa	0,4	0,4
1–5 vuoden kuluessa	0,7	0,5
Yli 5 vuoden kuluttua	0,0	0,0
Yhteensä	1,1	0,9

Konserni vuokralle antajana

Ei-peruutettavissa olevien muiden vuokrasopimusten perusteella saatavat vähimmäisvuokrat:

MEUR	2022	2021
Yhden vuoden kuluessa	0,2	0,8
1–5 vuoden kuluessa	0,2	0,1
Yhteensä	0,4	0,9

3.5 Eläkevelvoitteet

Konsernissa on sekä maksuperusteisia että etuuspohjaisia eläkejärjestelyitä.

Etuuspohjaiset eläkejärjestelyt muodostuvat konsernin vanhoista, lakkautetuista ja suljetuista henkilöstön lisäeläkejärjestelyistä, joissa on etuuksina toisaalta sekä vanhuuslisäeläke-etuuksia että hautausavustuksia. Etuuspohjaisia eläkejärjestelyitä on sekä rahastoitujia että rahastoimattomia eläkejärjestelyitä. Rahastoimattomat eläkejärjestelyt ovat suoria lisäeläkevelvoitteita pääasiassa jo eläkkeellä oleville vanhoille työntekijöille. Uudet, konsernissa myönnettävät lisäeläke-etuudet ovat maksupohjaisia eläkejärjestelyitä.

Etuuspohjaisten eläkejärjestelyiden velvoitteet on laskettu kustakin järjestelystä erikseen käyttäen ennakoituun etuus oikeusyksikköön perustuvaa menetelmää (Projected Unit Credit Method). Eläkemenot kirjataan kuluksi henkilöiden palvelusajalle auktorisoitujen vakuutusmatemaattikkojen suorittamien laskelmien perusteella. Eläkevelvoitteen nykyarvoa laskettaessa käytetään diskonttauskorkona yritysten liikkeen laskemien korkealaatuisten joukkovelkakirjalainojen markkinatuottoa ja, mikäli sitä ei ole saatavilla, valtion velkasitoumusten korkoa. Joukkovelkakirjalainojen ja velkasitoumusten maturiteetti vastaa olennaisilta osin eläkevelvoitteen maturiteettia. Eläkevelvoitteen nykyarvosta vähennetään eläkejärjestelyyn kuuluvat varat raportointikauden päättymispäivän käypään arvoon arvostettuina. Taseeseen merkitään etuuspohjaisen eläkejärjestelyn nettovelka (tai -omaisuuserä).

Kauden työsuoritukseen perustuva meno (eläkemeno) ja etuuspohjaisen järjestelyn nettovelan nettokorko kirjataan tulosvaikutteisesti ja esitetään työsuhte-etuuksista aiheutuviissa kuluissa. Etuuspohjaisen nettovelan (tai -omaisuuserän) uudelleen määrittämistä aiheuttavat erät (mm. vakuutusmatemaattiset voitot ja tappiot sekä järjestelyyn kuuluvien varojen tuotto) kirjataan muihin laajan tuloksen eriin sillä tilikaudella, jona ne syntyvät.

Velvoitteiden nykyarvo ja varojen käypä arvo

MEUR	2022	2021
Rahastoimattomien velkojen nykyarvo	0,6	0,7
Rahastoitujen velvoitteiden nykyarvo	0,2	0,4
Varojen käypä arvo	-0,2	-0,3
Eläkevelka	0,6	0,8

Taseen etuuspohjaisen eläkevelan määräytyminen

MEUR	31.12.2022	31.12.2021
Velvoitteiden nykyarvo kauden alussa	1,1	1,1
Liiketoimintojen myynti		
Tilikauden työsuoritukseen perustuvat menot	0,0	0,0
Korkomenot	0,0	0,0
Vakuutusmatemaattiset voitot/tappiot	-0,2	0,2
Etuuspohjaisten velvoitteiden suoritukset	-0,1	-0,1
Velvoitteiden nykyarvo kauden lopussa	0,8	1,1
Varojen käypä arvo kauden alussa	0,3	0,3
Liiketoimintojen myynti		
Korkotuotto	0,0	0,0
Vakuutusmatemaattiset voitot/tappiot	-0,1	0,0
Sopimusten uudelleen järjestelyt	0,0	0,0
Maksetut kannatusmaksut		
Etuuspohjaisten velvoitteiden suoritukset	0,0	0,0
Varojen käypä arvo kauden lopussa	0,2	0,3
Etuuspohjainen nettoeläkevelka	0,6	0,8
Nettoeläkevelka		
Eläkevelka	0,6	0,8
Eläkesaatava		
Nettoeläkevelka	0,6	0,8

Järjestelyssä olevat varat on sijoitettu pääasiassa korko- tai osakepohjaisiin sijoituksiin, ja niiden yhteenlasketun odotetun tuoton vuodessa on arvioitu olevan 3,0 %. Järjestelyyn kuuluvien varojen tarkempaa jakaumaa omaisuusryhmittäin ei ole saatavissa. Eläkejärjestelyiden varojen ajatellaan sisältyvän vakuutusyhtiölle maksettuihin suoritukseen. Varat ovat vakuutusyhtiön vastuulla ja osa vakuutusyhtiön investointivaroja. Erittelyjä varojen osalta ei voida tämän vuoksi esittää.

Tuloslaskelman etuus pohjaisen eläkekulun määräytyminen

MEUR	2022	2021
Tilikauden työsuorituksen perustuvat menot	0,0	0,0
Korkomenot	0,0	0,0
Korkotuotto	0,0	0,0
Vakuutusmatemaattiset voitot/tappiot sekä oikaisu	-0,1	0,2
Yhteensä	-0,1	0,2

Taseessa esitetyn nettovelan muutokset

MEUR	2022	2021
Tilikauden alussa	0,8	0,7
Liiketoimintojen myynti	0,0	0,0
Maksetut kannatusmaksut		
Etuuspohjaisten velvoitteiden suoritus	-0,1	-0,1
Eläkekulut tuloslaskelmassa	0,0	0,0
Tilikauden laaja tulos	-0,1	0,2
Etuuspohjainen nettoeläkevelka taseessa	0,6	0,8

Järjestelyyn odotetaan sijoitettavan vuonna 2023 samansuuruinen maksu kuin on suoritettu vuonna 2022.

Eläkejärjestelyn herkkyyssanalyysitiedot

MEUR	Eläkevelvoitteen nykyarvo	Eläkevelvoitteen nykyarvon muutos %
Diskonttokoron muutos + 0,5 % -yksikköä	0,8	-13,6
Palkankorotus oletaman muutos + 0,5 % -yksikköä	0,2	1,6
Eläkkeiden nousuvauhdin muutos + 0,5 % -yksikköä	0,8	9,2

Herkkyyssanalyysissa on käytetty samoja menetelmiä kuin eläkevelvoitteen laskennassa. Herkkyys on laskettu diskonttauskoron, palkankorotus oletuksen, eläkkeiden korotusten ja vakuutusyhtiön bonusindeksin muutoksille. Herkkyys on laskettu muuttamalla yhtä parametria kerrallaan.

Käytetyt vakuutusmatemaattiset oletukset

%	2022	2021
Diskonttauskorko	3,1	0,3
Tuleva palkankorotus oletama	3,8	2,9
Inflaatio oletama	2,6	1,7
Tuleva eläke-etuuden korotus	2,8	2,0

Eläkejärjestelyn duraatio on 7–9 vuotta. Duraatio on laskettu käyttämällä diskonttokorkokantaa 3,1 % (0,3 %).

Etuuspohjaiset järjestelyt altistavat konsernin useille erilaisille riskeille, joista merkittävimpiä ovat:

Varojen volatilititeetti

Järjestelyistä aiheutuvien velkojen laskentaan on käytetty diskonttauskorkoa, joka perustuu yritysten liikkeeseen laskemien joukkovelkakirjojen tuottoon. Jos järjestelyyn kuuluvien varojen tuotto alittaa tämän tuoton, syntyy alijäämää.

Inflaatoriski

Osa järjestelyjen etuusvelvoitteista on sidottu inflaatioon, ja korkeampi inflaatio johtaa velkojen kasvuun (joskin inflaatiokorotuksille on useimmissa tapauksissa asetettu katto järjestelyn suojaamiseksi erityisen korkealta inflaatiolta).

Odotettavissa oleva elinikä

Suurin osa järjestelyjen velvoitteista liittyy elinikäisten etuuksien tuottamiseen jäsenille, joten odotettavissa olevan eliniän nousu kasvattaa järjestelyjen velvoitteita.

3.6 Käyttöpääoma

3.6.1 Vaihto-omaisuus

 Vaihto-omaisuuteen kirjataan aineet ja tarvikkeet, keskeneräiset tuotteet sekä valmiit tavarat.

Valmistustoiminnassa vaihto-omaisuuteen aktivoidaan kiinteät yleiskustannukset. Vaihto-omaisuus on arvostettu hankintamenuon tai sitä alhaisempaan nettorealisointiarvoon. Nettorealisointiarvo on tavanomaisessa liiketoiminnassa saatava arvioitu myyntihinta, josta on vähennetty arvioidut tuotteen

valmiiksi saattamiseen tarvittavat menot ja myynnistä johtuvat menot. Hankintameno määritetään FIFO-menetelmällä. Konsernissa vaihto-omaisuutena käsiteltävää omaisuutta on kirjaliiketoiminnan myytävät tuotteet.

MEUR	2022	2021
Valmiit tuotteet	0,7	0,7
Yhteensä	0,7	0,7

3.6.2 Myyntisaamiset ja muut saamiset

Konserni soveltaa odotettavissa olevien luottotappioiden käsittelyyn IFRS 9:ssä määrättyä yksinkertaistettua lähestymistapaa, jonka mukaan kaikista myyntisaamisista ja sopimuksiin perustuvista omaisuuseristä kirjataan vähennyserä koko voimassaoloajalta odotettavissa olevien luottotappioiden perusteella. Odotettavissa olevien luottotappioiden määrittämistä varten myyntisaamiset on ryhmitelty yhteisten luottoriskiominaisuuksien ja maksun viivästymisen perusteella. Luottotappiot kirjataan liiketoiminnan muihin kuluihin.

31.12.2022						
MEUR	Ei viivästynyt	5–30 päivää viivästynyt	Yli 31–120 päivää viivästynyt	121–180 päivää viivästynyt	Yli 180 päivää viivästynyt	Yhteensä
Odotettavissa olevat tappioasteet	0,14 %	0,92 %	3,43 %	32,99 %	100 %	
Bruttomääräinen kirjanpitoarvo - myyntisaamiset	23,0	2,5	1,0	0,0	0,4	26,9
Tappiota koskeva vähennyserä	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,5

31.12.2021						
MEUR	Ei viivästynyt	5–30 päivää viivästynyt	Yli 31–120 päivää viivästynyt	121–180 päivää viivästynyt	Yli 180 päivää viivästynyt	Yhteensä
Odotettavissa olevat tappioasteet	0,14 %	0,92 %	3,43 %	32,99 %	100 %	
Bruttomääräinen kirjanpitoarvo - myyntisaamiset	23,1	2,1	0,7	0,1	0,5	26,6
Tappiota koskeva vähennyserä	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,6

MEUR	2022	2021
Myyntisaamiset	26,5	26,6
Saamiset osakkuusyhtiöiltä		
Yhteensä	26,5	26,6
Saamiset muilta		
Siirtosaamiset	5,3	4,3
Muut saamiset	3,6	0,6
Yhteensä	8,9	4,9
Saamiset yhteensä	35,4	31,5

Myyntisaamisten, muiden lyhyt- ja pitkäaikaisten saamisten ja muiden lyhytaikaisten sijoitusten kirjanpitoarvojen arvioidaan vastaavan myös käypää arvoa. Diskonttauksen vaikutus ei ole olennainen.

3.6.3 Ostovelat ja muut velat

Ostovelkojen ja muiden velkojen kirjanpitoarvojen arvioidaan vastaavan myös käypää arvoa. Diskonttauksen vaikutus ei ole olennainen velkojen maturiteetti huomioon ottaen.

Siirtovelkoihin sisältyviä olennaisimpia eriä ovat henkilöstökulujaksotuksiin liittyvät palkka- ja sivukulujaksotukset.

MEUR	2022	2021
Ostovelat	3,7	4,2
Velat osakkuusyrityksille		
Ostovelat		0,0
Siirtovelat	26,2	26,0
Muut velat	6,0	6,6
Yhteensä	35,9	36,8

3.7 Rahoitusriskit

Rahoitusriskien hallinta kuuluu osana konsernin riskienhallintapolitiikkaan. Riskienhallinnan strategia ja suunnitelma sekä asetetut valvontarajat ja menettelytavat arvioidaan vuosittain. Konsernilla on riskienhallintaorganisaatio, jonka tehtävänä on tunnistaa liiketoimintaa uhkaavat riskit, arvioida ja päivittää ne, kehittää tarvittavat riskienhallintakeinot ja raportoida riskeistä säännöllisesti. Rahoitusriskit on jaettu konsernissa seuraavasti:

Korkoriski

Korkoriskillä tarkoitetaan erilaisten korkoa sisältävien liiketapahtumien ja tase-erien korkotasojen ja maturiteetin muutosten vaikutusta konsernin rahoitustoimintoihin sekä nettotulokseen. Korkoriskin vaikutusta konsernin nettotulokseen voidaan vähentää käyttämällä koronvaihtosopimuksia, korkotermiinejä ja -futuureita ja korko- tai valuuttaoptioita.

Konsernilla oli 31.12.2022 korollista velkaa yhteensä 172,7 (233,7) milj. euroa. Korolliset lainat koostuvat 140 milj. euron suuruisesta Term Loan -lainasta, joka on maturiteetiltan kolmen vuoden pituinen, IFRS 16 -laskentastandardin mukaisesti määritellystä vuokrasopimusvelasta sekä 2 milj. euron suuruisesta lyhytaikaisesta yritystodistuksesta. Yhtiön nettovelan määrä 31.12.2022 oli yhteensä 142,6 (181,8) milj. euroa.

Vuokrasopimusvelan laskennassa käytetty laskennallinen korkokanta vaihtelee sopimuksittain 1,5 % - 6,0 %:n välillä ja velan määrä perustuu tilavuokrien sopimusvastuiden perusteella laskettuun velkatasoon. Mikäli vuokrasopimusvelan määrittämisessä käytettyä laskennallista korkotasoa nostettaisiin 1 prosenttiyksiköllä, vaikutus rahoituskuluihin olisi 0,3 milj. euroa.

Term Loan -lainan korko on sidottu 3 kk:n euribor viitekorkoon, ja lainan korko on siten vaihtuva. Mikäli lainan viitekorko, 3 kk:n euribor, nousisi prosenttiyksiköllä vuoden 2023 aikana, vaikutus rahoituskuluihin olisi vuositasolla 1,4 milj. euroa.

Term Loan -lainaa varten yhtiö otti joulukuussa 2021 korkosuojausjauksen, joka on nimelisarvoltaan 50 milj. euroa. Tehty korkosuojaussopimus on joulukuussa 2023 alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Korkosuojausjauksen käypäarvo oli tilinpäätöshetkellä 5,5 miljoonaa euroa (0,2). Käyvän arvon muutos on kirjattu tulospaikanteisesti rahoituseriin.

Valuuttariskit

Transaktioriski

Transaktioriski kuvaa valuuttakurssien muutosten vaikutusta ulkomaan rahan määräisissä myynneissä, ostoissa ja tase-erissä. Alma Median kannalta merkittävimmät valuutat euron lisäksi ovat Tšekin korona, Ruotsin kruunu ja Yhdysvaltain dollari. Valuuttakurssien muutosten vaikutusta nettotulokseen konsernin kannalta merkittävimmässä valuutoissa voidaan vähentää seuraavilla toimenpiteillä:

- Saman valuutan kassavirrat netotetaan yhteisen valuuttatilin kautta aina, kun kustannus/hyötysuhde on merkittävä.
- Ennalta tiedossa oleva jatkuva ja merkittävä valuuttakassavirta suojataan. Tšekin korunan osalta on tavoitteena suojata arviolta 50 %:n osuus seuraavan kahden vuoden aikana kertyvästä kassavirrasta.

Translaatoriski

Valuuttariski, joka aiheutuu ulkomaisten investointien muuntamisesta emoyhtiön toimintavalmuuttaan, euroon. Pitkällä aikavälillä tehtyjen ulkomaisten nettosijoitusten muuntamisesta aiheutuvaa riskiä arvioidaan säännöllisesti. Mikäli riski jonkin valuutan arvon laskulle on ilmeinen ja pysyvä, konsernin johto voi päättää suojata valuuttaposition. Translaatoriskistä muodostuvaa avointa valuuttapositionia ei tilinpäätöshetkeltä ollut suojattuna.

Tilinpäätöshetkellä konsernissa avoinna olevien valuuttajohdannaisen määrää on kuvattu liitteessä 3.3.

Varainhankintaan liittyvät riskit

Maksuvalmiuden hallinta

Alma Media sopi joulukuussa 2021 uuden 200 milj. euron Term Loan -rahoitusjärjestelyn, joka erääntyy joulukuussa 2024. Sillä korvattiin käytössä ollut väliaikainen ja yrityshankintoja varten otettu Bridge Facility -rahoitussopimus. Term Loan -lainaa lyhennettiin vuoden 2022 aikana ennenaikaisesti vapaaehtoisilla lyhennyksillä 60 milj. eurolla. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 31.12.2022.

Lisäksi uuteen rahoituspakettiin kuuluu 30 milj. euron luottolimiittisopimus ("RCF"). Uutta luottolimiittia käyttäen konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin. Luottolimiitin kesto on neljä vuotta ja se oli kokonaan käyttämättä 31.12.2022.

Maksuvalmiustilannetta arvioidaan päivittäin ja maksuvalmiusennusteet tehdään viikon, kuukauden ja 12 kuukauden rullaavina periodeina.

Tilinpäätöshetkellä yhtiöllä oli 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Ohjelman puitteissa yritys voi laskea liikkeelle todistuksia yhteisarvoltaan 0–100 milj. euroa. Tilikauden aikana yhtiö nosti yritystodistuksia 36 milj. eurolla ja maksoi pois 34 milj. eurolla. Yritystodistusohjelmasta oli 2 milj. euroa käytetty 31.12.2022.

Pitkäaikainen varainhankinta

Pitkäaikaisessa rahoituksessa käytetään joko pääomamarkkina-, leasing- tai muita rahoitusjärjestelyitä. Taulukossa on kuvattu korollisten velkojen sekä muiden osto- ja lyhytaikaisten rahoitusvelkojen maturiteettijakaumaa:

Luottoriski

Konsernin luotonvalvontapolitiikassa on kuvattu konsernin luottopolitiikka. Konsernilla ei ole merkittäviä saamisten luottoriskikertymiä, koska sillä on laajasti jakautunut asiakaskunta eikä mikään yksittäinen asiakas muodostu konsernin kannalta merkittäväksi. Tilikauden aikana tulosvaikutteisesti kirjattujen luottotappioiden määrä oli 0,4 miljoonaa euroa. Luottotappiot ovat aiheutuneet asiakkaan taloudellisen ympäristön odottamattomasta muutoksesta. Myyntisaamisten ikäjakauma on esitetty liitetiedossa 3.6.2 Myyntisaamiset ja muut saamiset.

Pääoman hallinta

Konsernin pääoman hallinnan tavoitteena on optimaalisen pääomarakenteen avulla tukea liiketoimintaa varmistamalla normaalit toimintaedellytykset. Pääomarakenteeseen vaikutetaan muun muassa osingonjaon kautta. Konsernin pääomarakenteen kehitystä seurataan jatkuvasti nettovelkaantumis- ja omavaraisuusasteilla. Yhtiön rahoitussopimuksiin liittyy kovenanttiehtoja, jotka koskevat yhtiön omavaraisuusastetta sekä nettovelan ja käyttökatteen välistä suhdetta. Seuraavassa on kuvattu näiden tunnuslukujen arvot vuosina 2022 ja 2021 sekä erittely nettoveloista ja niiden muutoksesta esitetyillä tilikausilla.



MEUR

31.12.2022	0–6 kk	1 vuosi	1–2 vuotta	2–5 vuotta	yli 5 vuotta	Yhteensä	Tase-arvo
Rahalaitoslainat	1,7	1,7	143,5			146,9	140,0
Yritystodistus	2,0					2,0	2,0
Ehdolliset kauppahintavelat			9,6			9,6	9,6
Vuokrasopimusvelat	3,8	3,8	7,1	17,4	1,5	33,5	30,7
Valuuttajohdannainen	0,4	0,4				0,7	0,7
Ostovelat ja muut lyhytaikaiset rahoitusvelat	35,9					35,9	35,9
Yhteensä	43,7	5,8	160,1	17,4	1,5	228,6	218,9

MEUR

31.12.2021	0–6 kk	1 vuosi	1–2 vuotta	2–5 vuotta	yli 5 vuotta	Yhteensä	Tase-arvo
Rahalaitoslainat	0,4	0,8	3,5	203,5		208,2	200,0
Ehdolliset kauppahintavelat				16,8		16,8	16,8
Vuokrasopimusvelat	3,6	3,6	6,6	17,1	4,3	35,2	33,7
Valuuttajohdannainen	0,2	0,2				0,2	0,2
Ostovelat ja muut lyhytaikaiset rahoitusvelat	36,8					36,8	36,8
Yhteensä	41,0	4,6	10,1	237,4	4,3	297,2	234,0

Nettovelkojen täsmäytyslaskelma

MEUR	2022	2021
Korolliset pitkäaikaiset velat	163,7	226,8
Lyhytaikaiset korolliset velat	9,0	7,0
Rahavarat	30,0	51,9
Nettovelat	142,6	181,8
Oma pääoma yhteensä	205,9	166,5
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	69,3 %	109,2 %
Omavaraisuusaste, %	45,8 %	34,7 %

3.8 Omaa pääomaa sekä pääoman hallintaa koskevat tiedot

Konserni luokittelee liikkeeseen laskemansa instrumentit niiden luonteen perusteella joko omaksi pääomaksi tai vieraaksi pääomaksi (rahoitusvelaksi). Oman pääoman ehtoinen instrumentti on mikä tahansa sopimus, joka osoittaa oikeutta osuuteen yhteisön varoista sen kaikkien velkojen vähentämisen jälkeen. Menot, jotka liittyvät omien oman pääoman ehtoisten instrumenttien liikkeellelaskuun tai hankintaan, esitetään oman pääoman vähennyseränä. Jos yhtiö hankkii takaisin omia oman pääoman ehtoisia instrumenttejaan, näiden instrumenttien hankintameno vähennetään omasta pääomasta.

Seuraavassa on kuvattu Alma Media Oyj:n osakkeen tietoja ja muutoksia vuoden 2022 aikana.

	Osakkeiden lukumäärä yhteensä kpl	Osakepääoma MEUR	Ylikurssirahasto MEUR	Sijoitetun vapaan oman po. rahasto MEUR
1.1.2022	82 383 182	45,3	7,7	19,1
31.12.2022	82 383 182	45,3	7,7	19,1

Yhtiöllä on yksi osakesarja, eikä osakkeiden välillä ole siten äänivaltaeroja. Yhdellä osakkeella on yksi ääni. Osakkeella ei ole nimellisarvoa.

Osakkeen kuulumisen arvo-osuusjärjestelmään

Yhtiön osakkeet kuuluvat arvo-osuusjärjestelmään. Oikeus saada yhtiöstä jaettavia varoja sekä merkintäoikeus osakepääomaa korotettaessa on vain sillä, 1) joka on määrätty täsmäytyspäivänä merkitty osakkeenomistajaksi osakasluetteloon; 2) jonka oikeus suorituksen saamiseen on täsmäytyspäivänä kirjattu osakasluetteloon merkityn osakkeenomistajan arvo-osuustilille ja merkitty osakasluetteloon; tai 3) jos osake on hallintarekisteröity, jonka arvo-osuustilille osake on täsmäytyspäivänä kirjattu ja jonka osakkeiden hoitaja on täsmäytyspäivänä arvo-osuusjärjestelmästä annetun lain 28 §:n nojalla merkitty osakasluetteloon osakkeiden hoitajaksi. Jos osakkeen omistus on täsmäytyspäivänä merkitty odotusluetteloon, kuuluu oikeus saada yhtiöstä jaettavia varoja ja merkintäoikeus osakepääomaa korotettaessa sille, joka osoittaa, että osake on täsmäytyspäivänä kuulunut hänelle.

Omat osakkeet

Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 198 391 kappaletta, mikä on 0,2 prosenttia yhtiön osakkeiden kokonaismäärästä ja osakkeisiin liittyvistä äänistä. Alma Median osakkeiden rekisteröity kokonaismäärä on 82 383 182 osaketta, joilla on ääniä yhteensä 82 383 182 kappaletta.

Muuntoerot

Muuntoerot-rahasto sisältää itsenäisten ulkomaisten yksikköjen tilinpäätösten muuntamisesta syntyneet muuntoerot.

Ylikurssirahasto

Niissä tapauksissa, joissa optio-oikeuksia on päätetty vanhan osakeyhtiölain (29.9.1978/734) aikana, optioihin perustuvista osakemerkinnöistä saadut rahasuoritukset on kirjattu osakepääomaan ja ylikurssirahastoon järjestelyn ehtojen mukaisesti, transaktiomenoilla vähennettynä.

Jakokelpoiset varat

Konsernin emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2022 ovat yhteensä 156 846 256 euroa.

Osinkopolitiikka

Alma Median tavoitteena on pitkällä aikavälillä maksaa osinkoina tai pääomanpalautuksina keskimäärin yli 50 % tilikauden tuloksesta.

Lunastuslauseke

Yhtiöjärjestyksen mukaan osakkeenomistajan, jonka osuus yhtiön kaikista osakkeista tai osakkeen tuottamista äänimäärästä saavuttaa tai ylittää 33 1/3 % tai 50 %, on velvollinen lunastamaan muiden osakkeenomistajien vaatimuksesta näiden omistamat arvopaperit.

3.9.1 Osakekohtainen tulos

Laimentamaton osakekohtainen tulos saadaan jakamalla emoyhtiön omistajille kuuluva tilikauden tulos osakkeiden määrän painotetulla keskiarvolla tilikauden aikana. Laimennettu osakekohtainen tulos lasketaan jakamalla emoyhtiön omistajille kuuluva tulos osakkeiden laimennetun määrän painotetulla keskiarvolla tilikauden aikana.

MEUR	2022	2021
Emoyhtiön omistajille kuuluva tilikauden voitto	72,0	43,6
Osakkeet (1 000 kpl)		
Ulkona olevien osakkeiden painotettu keskiarvo	82 185	82 213
Kannustinjärjestelmät	1 522	1 778
Laimennettu ulkona olevien osakkeiden painotettu keskiarvo	83 706	83 991
Laimentamaton osakekohtainen tulos	0,88	0,53
Laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos	0,86	0,52

4. Konsolidointi

4.1 Yleiset konsolidointiperiaatteet

☐ Konsernitilinpäätökseen on yhdistelty kaikki tytäryritykset. Ne ovat yrityksiä, joissa konsernilla on määräysvalta. Määräysvalta syntyy, kun konserni olemalla osallisena yhteisössä altistuu yhteisön muuttuvalle tuotolle tai on oikeutettu sen muuttuvaan tuottoon ja se pystyy vaikuttamaan tähän tuottoon käyttämällä yhteisöä koskevaa valtaansa. Tytäryritysten laskentaperiaatteet on muutettu konsernitilinpäätöksessä vastaamaan IFRS-tilinpäätösstandardien mukaisia säännöksiä. Keskinäinen osakkeenomistus on eliminoitu hankintamenomenetelmällä. Luovutettu vastike ja hankitun yrityksen yksilöitävissä olevat varat ja vastattavaksi otetut velat on arvostettu käypään arvoon hankintahetkellä. Hankintaan liittyvät menot, lukuun ottamatta vieraan tai oman pääoman ehtoisten arvopapereiden liikkeeseen laskusta aiheutuvia menoja, on kirjattu kuluksi. Mahdollinen ehdollinen lisäkauppahinta on arvostettu käypään arvoon hankintahetkellä ja se on luokiteltu käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi velaksi. Velaksi luokiteltu lisäkauppahinta arvostetaan käypään arvoon jokaisen raportointikauden päättymispäivänä ja tästä syntyvä voitto tai tappio kirjataan tulosvaikutteisesti.

4.2 Tytäryritykset

Konsernin emo- ja tytäryrityssuhteet ovat seuraavat:

Yhtiö	Kotimaa	Omistusosuus %		Osuus äänivallasta %	
		2022	2021	2022	2021
Emoyritys Alma Media Oyj	Suomi				
Alma Finanssipalvelut Oy	Suomi	100,0		100,0	
Alma Career Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,0
Alma Career, spletno oglasevanje d.o.o	Slovenia	100,0	100,0	100,0	100,0
Alma Media Suomi Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,0
Alma Talent Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,0
CV-Online Estonia OÜ	Viro	100,0	100,0	100,0	100,0
Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy	Suomi	80,5	80,5	80,5	80,5
Etua Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,0
Karenstock Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,0
Kolektiv d.o.o	Bosnia ja Hertsegovina	100,0	100,0	100,0	100,0
Kotikokki.net Oy	Suomi	65,0	65,0	65,0	65,0
LMC s.r.o	Tšekki	100,0	100,0	100,0	100,0
Talentem s.r.o.	Tšekki	100,0	100,0	100,0	100,0
Objektvision AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,0
Profesia s.r.o	Slovakia	100,0	100,0	100,0	100,0
Profesia s.r.o	Tšekki	100,0	100,0	100,0	100,0
Rantapallo Oy	Suomi	79,0	79,0	79,0	79,0
SIA CV-Online Latvia	Latvia	100,0	100,0	100,0	100,0
Seduo Slovakia	Slovakia	100,0		100,0	
Suoramarkkinointi Mega Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,0
TAU On-line d.o.o	Kroatia	100,0	100,0	100,0	100,0
UAB CV-Online LT	Liettua	100,0	100,0	100,0	100,0
Neirone SP. z.o.o	Puola	100,0		100,0	
Netello Systems Oy	Suomi	100,0	60,0	100,0	60,0

		Omistusosuus %		Osuus äänivallasta %	
Tilikauden aikana konsernin muihin yhtiöihin fuusioidut tytäryhtiöt:	Kotimaa	2022	2021	2022	2021
Alma Mediapartners Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,0
Nettix Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,0
Quantiq s.r.o	Tšekki	100,0	100,0	100,0	100,0

		Omistusosuus %		Osuus äänivallasta %	
Tilikauden aikana myydyt tytäryhtiöt:	Kotimaa	2022	2021	2022	2021
Müügimeistrite A/S	Viro		80,0		80,0
Telemarket SIA	Latvia		72,0		72,0

Vuonna 2022 tytäryhtiöiden myynnin vaikutus konsernin omaan pääomaan -0,2 milj. euroa.

Erittely olennaisista määräysvallattomien omistajien osuuksista konsernissa:

Tytäryritys	Kotimaa	Omistusosuus % 2022	Omistusosuus % 2021
Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy	Suomi	19,5	19,5

Alma Media Oyj on hankkinut tilikauden 2022 Netello Systems on osakekannasta 40 % ja lisännyt näin omistuksen 100 % (aikaisemmin 60 %). Hankinnan vaikutus konsernin omaan pääomaan -0,1 milj. euroa.

Alma Media Oyj hankki tilikauden 2021 aikana Nettix Oy:n osakekannan kokonaisuudessaan, Netello Systems on osakekannasta 60 % sekä lisäsi omistuksen 100 % Alma Career Oy:ssä (aikaisemmin 83,34 %) ja Etua Oy:ssä (aikaisemmin 60 %).

Vuonna 2021 määräysvallattomien omistusosuuksien lunastukset Alma Career Oy:ssä 16,66 % ja Etua Oy:ssä 40 % vaikuttivat konsernin taseasemaan siten, että määräysvallattomien omistusosuuksien lunastushinnat kirjattiin suoraan konsernin omasta pääomasta. Alma Career Oy:n vähemmistölunastus vähensi konsernin omaa pääomaa 40 milj. euroa ja Etua Oy lisäsi 0,7 milj. euroa.

4.3 Hankitut liiketoiminnot

ⁱ Hankitut tytäryritykset yhdistellään konsernitilinpäätökseen siitä hetkestä alkaen, kun konserni on saanut määräysvallan ja luovutetut tytäryritykset siihen asti, jolloin määräysvalta lakkaa. Kaikki konsernin sisäiset liiketapahtumat, saamiset, velat ja voitonjako eliminoidaan konsernitilinpäätöstä laadittaessa. Tilikauden voiton jakautuminen emoyrityksen omistajille ja määräysvallattomille omistajille esitetään tuloslaskelman yhteydessä ja laajan tuloksen jakautuminen emoyrityksen omistajille ja määräysvallattomille omistajille esitetään laajan tuloslaskelman yhteydessä. Mahdollinen määräysvallattomien omistajien osuus hankinnan kohteessa arvostetaan joko käypään arvoon tai määrään, joka vastaa määräysvallattomien omistajien osuuden suhteellista osuutta hankinnan kohteen yksilöitävissä olevasta nettovarallisuudesta. Arvostamisperiaate määritetään erikseen kullekin yrityshankinnalle.

Laaja tulos kohdistetaan emoyhtiön omistajille ja määräysvallattomille omistajille, vaikka tämä johtaisi siihen, että määräysvallattomien omistajien osuudesta tulisi negatiivinen. Määräysvallattomille omistajille kuuluva osuus omista pääomista esitetään omana eränään taseessa oman pääoman osana. Emoyrityksellä tytäryrityksessä olevan omistusosuuden muutokset, jotka eivät johda määräysvallan menettämiseen, käsitellään omaa pääomaa koskevinä liiketoiminna.

Vaiheittain toteutuvan hankinnan yhteydessä aiempi omistusosuus arvostetaan käypään arvoon ja tästä syntyvä voitto tai tappio kirjataan tulosvaikutteisesti. Konsernin menettäessä määräysvallan tytäryrityksessä arvostetaan jäljelle jäävä sijoitus määräysvallan menettämispäivän käypään arvoon ja tästä syntyvä erotus kirjataan tulosvaikutteisesti.

Ennen 1.1.2010 tapahtuneet hankinnat on käsitelty silloin voimassa olleiden säännösten mukaisesti.

Vuonna 2022 toteutetut yrityshankinnat

Konsernissa ei toteutettu yrityshankintoja vuoden 2022 aikana.

Vuonna 2021 toteutetut yrityshankinnat

Konserni on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2021 aikana:

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankinta- osuus	Konsernin omistusosuus
Alma Career -segmentti				
Quantiq s.r.o	Verkkopalvelu	7.1.2021	100 %	100 %
Alma Consumer -segmentti				
Netello Systems Oy	Verkkopalvelu	31.3.2021	60 %	60 %
Nettix Oy	Verkkopalvelu	1.4.2021	100 %	100 %

Alma Career

Vastike

MEUR	Käypä arvo
Käteismaksu	1,0
Ehdollinen vastike	0,9
Vastike yhteensä	1,9

Hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

MEUR	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineelliset hyödykkeet	0,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,0
Rahavarat	0,0
Hankitut varat yhteensä	0,8
Laskennalliset verovelat	0,1
Ostovelat ja muut velat	0,2
Hankitut velat yhteensä	0,3
Hankitut nettovarat	0,5
Konsernin osuus nettovaroista	0,5
Liikearvo	1,5
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,0

Alma Consumer

Vastike

Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot

MEUR	Nettix Oy	Muut	Yhteensä
Käteismaksu	171,2	2,9	174,1
Vastike yhteensä	171,2	2,9	174,1

Hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

MEUR	Nettix Oy	Muut	Yhteensä
Aineelliset hyödykkeet	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
Hankitut varat 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
Hankitut velat yhteensä	12,3	1,1	13,4
Hankitut nettovarat	31,6	2,4	34,0
Konsernin osuus nettovaroista	31,6	1,5	33,0
Määräysvallattomien omistajien osuus		1,0	1,0
Liikearvo	139,7	1,4	141,1

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 toteutuksen 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. Yrityksellä 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 kaupan teon hetkellä, että yrityskaupasta syntyy noin 1,5 miljoonan euron vuotuiset synergiaedut ja ne liittyvät pääasiassa mediamyyntiin, tukitoimintoihin, tiloihin ja tietojärjestelmiin sekä IT-kehitykseen. Lisäksi kaupan yhteydessä muiden aineettomien hyödykkeiden arvo kasvoi 38 milj. eurolla, joka muodostuu asiakassopimuksista (16,8 milj. 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.

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, brändiin ja itsekehitettyihin tietojärjestelmiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut sekä odotus liikkumisen markkinapaikkaliiketoiminnan kasvusta tulevina vuosina.

Liiketoimintojen hankinnoista suoritettut vastikkeet - rahavirta:

MEUR	2022	2021
Maksetut käteisvarat vähennettyinä hankituilla rahavaroilla:		
Käteisvastike		236,5
Varainsiirtoverot ja transaktiokulut	0,0	4,5
Tilikaudella maksetut ehdolliset kauppahinnat	2,4	
Vähennetään: hankitut määrät		
Käteisvarat		3,4
Nettomääräinen rahavirta - investoinnit	2,4	236,7

4.4 Osuudet osakkuus- ja yhteisyrityksissä

Osakkuusyritykset ovat yrityksiä, joissa konsernilla on huomattava vaikutusvalta. Huomattava vaikutusvalta toteutuu, kun konserni omistaa 20 % tai enemmän yrityksen äänivallasta tai kun konsernilla muutoin on huomattava vaikutusvalta. Yhteisjärjestely on järjestely, jossa kahdella tai useammalla osapuolella on yhteinen määräysvalta. Yhteinen määräysvalta on järjestelyä koskevan määräysvallan pitämistä yhteisenä sopimukseen perustuen, ja se vallitsee vain silloin, kun merkityksellisiä toimintoja koskevat päätökset edellyttävät määräysvallan jakavien osapuolten yksimielistä hyväksymistä. Yhteisjärjestely on joko yhteinen toiminto tai yhteisyritys. Yhteisyritys on järjestely, jossa konsernilla on oikeuksia järjestelyn nettovarallisuuteen, kun taas yhteisessä toiminnossa konsernilla on järjestelyyn liittyviä varoja koskevia oikeuksia ja velkoja koskevia velvoitteita. Osakkuus- ja yhteisyritykset on yhdistelty konserniin pääomaosuusmenetelmällä. Osakkuusyrityssijoitukset sisältävät hankinnasta syntyneen liikearvon. Jos konsernin osuus osakkuusyhtiön tappioista ylittää sijoituksen kirjanpitoarvon, sijoitus merkitään taseeseen nolla-arvoisena ja sen ylittävät tappioita ei huomioida, ellei konsernilla ole velvoitteita osakkuusyhtiöihin liittyen. Konsernin omistusosuuden mukainen osuus osakkuusyritysten tilikauden tuloksista on esitetty omana eränään liikevoiton jälkeen. Vastaavasti konsernin osuus osakkuusyritysten muihin laajan tuloksen eriin kirjatusta muutoksista kirjataan konsernin muihin laajan tuloksen eriin.

MEUR	2022	2021
Osuudet osakkuusyrityksissä ja yhteisyrityksissä		
Tilikauden alussa	7,7	6,6
Lisäykset		0,5
Vähennykset	-4,0	0,0
Osuus tuloksesta	0,7	1,0
Saadut pääomanpalautukset		
Saadut osingot	-0,2	-0,3
Arvonlennukset		
Tilikauden lopussa	4,2	7,7

Lisätietoja osakkuusyrityksistä:

Osakkuusyritysten ja yhteisyritysten taloudellisen informaation yhteenveto (100 %).

MEUR	Alma Career	Alma Talent	Muut osakkuusyritykset
Vuosi 2022			
Lyhytaikaiset varat	4,2	0,5	
Pitkäaikaiset varat	10,8	0,0	
Lyhytaikaiset velat	0,9	0,2	
Pitkäaikaiset velat	2,9	0,1	
Liikevaihto	24,4	0,8	
Tilikauden voitto/tappio	3,1	0,1	
Muut laajan tuloksen erät			
Osakkuusyritysten ja yhteisyritysten taloudellisen informaation täsmäytys konsernin kirjaamaan tasearvoon:			
Osakkuusyrityksen nettovarat	11,3	0,0	0,1
Konsernin osuus nettovaroista	3,0	0,1	0,1
Liikearvo	0,6	0,4	
Muut oikaisut	0,1		
Osakkuusyritysten tasearvo konsernin taseessa	3,7	0,5	0,1
Saamiset osakkuusyrityksiltä			
Velat osakkuusyrityksille			
Osakkuusyrityksestä kaudella saadut osingot ja pääoman palautukset	0,2		



MEUR	Alma Career	Alma Talent	Muut osakkuusyritykset
Vuosi 2021			
Lyhytaikaiset varat	23,7	0,5	
Pitkäaikaiset varat	8,3	0,0	
Lyhytaikaiset velat	13,6	0,1	
Pitkäaikaiset velat	3,0	0,1	
Liikevaihto	81,4	0,3	
Tilikauden voitto/tappio	4,9	-0,1	
Muut laajan tuloksen erät	0	0	
Osakkuusyritysten ja yhteisyritysten taloudellisen informaation täsmäytys konsernin kirjaamaan tasearvoon:			
Osakkuusyrityksen nettovarot	12,5	-0,1	0,1
Konsernin osuus nettovaroista	3,6	0,1	0,1
Liikearvo	3,2	0,4	
Muut oikaisut	1,0	0	
Osakkuusyritysten tasearvo konsernin taseessa	7,2	0,4	0,1
Saamiset osakkuusyrityksiltä			
Velat osakkuusyrityksille			
Osakkuusyrityksestä kaudella saadut osingot ja pääoman palautukset	0,3		

Osakkuusyritykset	Segmentti	Omistusosuus (%)	Osuus äänivallasta (%)
Vuosi 2022			
Infostud 3 d.o.o.	Alma Career	25,0	25,0
Kytöpirtti Oy	Kohdistamaton	43,2	43,2
Media Metrics Finland Oy	Alma Career	25,0	25,0
Suomen Tunnistetieto Oy	Alma Talent	25,0	25,0
Vrabetuwanje Online	Alma Career	30,0	30,0

Tilikauden aikana konserni myi 21,1 %:n osuutensa Bolt Group Oy osakkuusyhtiöstä.

4.5 Liiketoiminta lähipiirin kanssa

Alma Media -konsernin lähipiiriin luetaan osakkuusyritykset, jotka on eritelty liitteessä 4.4, sekä niiden omistamat yhtiöt sekä omistusyhteisyritykset. Lähipiiriin luetaan myös merkittävimmät osakkeen omistajat. Suurimmat omistajat on listattu toimintakertomuksessa.

Lähipiiriin luetaan myös yhtiön johto (hallituksen jäsenet, toimitusjohtajat sekä konsernin johtoryhmä). Johdon työsuhde-etuuksista ja muista johdon ja yhtiön välisistä lähipiiritapahtumista on kuvaus liitteessä 1.4.

Lähipiirin kanssa toteutuneet tavaroiden ja palveluiden myynnit perustuvat konsernin voimassaoleviin hintoihin.

Lähipiiritapahtumat – osakkuusyhtiöt

MEUR	2022	2021
Tavaroiden ja palveluiden myynnit	0,1	0,1
Tavaroiden ja palveluiden ostot	0,2	0,1
Myynti-, laina- ja muut saamiset	0,0	0,0
Ostovelat		-0,1

Lähipiiritapahtumat – merkittävät omistajat

MEUR	2022	2021
Tavaroiden ja palveluiden myynnit	0,1	0,1
Tavaroiden ja palveluiden ostot	0,7	0,2
Myynti-, laina- ja muut saamiset	0,0	0,0
Ostovelat	0,0	0,0
Hankitut liiketoiminnot*		171,2
Myydyt liiketoiminnot**		1,0

Lähipiiritapahtumat – johdon vaikutusvaltauyhteisöt

MEUR	2022	2021
Tavaroiden ja palveluiden myynnit	0,5	0,2
Tavaroiden ja palveluiden ostot	0,7	0,2
Myynti-, laina- ja muut saamiset	0,0	0,0
Ostovelat		

* Vuonna 2021 Nettix Oy:n myyjänä oli Alma Median suurimman osakkeenomistajan Otava Oy:n tytäryhtiö Otava Markkinapaikat Oy. Otava Oy on Alma Median suurin osakkeenomistaja ja transaktio on luokiteltu lähipiiritapahtumaksi.

** Vuonna 2021 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.

5 Muut liitetiedot

5.1 Tuloverot

Tuloslaskelman verokulu muodostuu kauden verotettavaan tuloon perustuvasta verosta ja laskennallisesta verosta. Kauden verotettavaan tuloon perustuva vero lasketaan verotettavasta tulosta kunkin maan voimassa olevan verokannan perusteella. Veroa oikaistaan mahdollisilla edellisiin kausiin liittyvillä veroilla.

MEUR	2022	2021
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuva vero	15,5	13,5
Edellisten tilikausien verot ja muut verot	0,0	0,0
Laskennalliset verot	-1,0	-1,5
Yhteensä	14,5	12,1

Tuloslaskelman verokulun ja emoyhtiön verokannalla (20,0 %) laskettujen verojen välinen täsmäytyslaskelma

MEUR	2022	2021
Tulos ennen veroja	86,4	56,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	-0,7	-1,0
Yhteensä	85,8	55,3
Verot emoyhtiön verokannan 20,0 % mukaan	17,2	11,1
Ulkomaisten tytäryritysten eriävien verokantojen vaikutus	-0,4	-0,2
Verovapaat tulot	-2,5	-0,1
Vähennyskelvottomat kulut	0,2	1,3
Edellisten tilikausien erät		
Aiemmin kirjaamattomien laskennallisten verosaamisten käyttö		
Kirjaamattomat laskennalliset verosaamiset verotuksellisista tappioista	0,0	0,0
Aiemmin kirjaamattomien laskennallisten verojen kirjaaminen taseeseen		
Muut erät	0,0	0,1
Verot tuloslaskelmassa	14,5	12,1

Muihin laajan tuloksen eriin sisältyvät IAS 19 -laadintaperiaatteesta johtuvien kirjausten verovaikutukset.

5.2 Laskennalliset verosaamiset ja -velat

i Laskennalliset verosaamiset ja -verovelat kirjataan kaikista väliaikaisista eroista kirjanpidon ja verotuksellisen arvon välillä. Laskennalliset verot on laskettu käyttämällä tilinpäätöspäivään mennessä säädettyjä verokantoja. Laskennallista verovelkaa ei kuitenkaan kirjata liikearvon alkuperäisestä kirjaamisesta tai jos se johtuu omaisuuserän tai velan alkuperäisestä kirjaamisesta, kun kyseessä ei ole liiketoimintojen yhdistämisen eikä liiketapahtuma toteutumisaikanaan vaikuta kirjanpidon tulokseen eikä verotettavaan tuloon.

Laskennallinen verosaaminen on kirjattu siihen määrään asti, kuin on todennäköistä, että tulevaisuudessa syntyy verotettavaa tuloa, jota vastaan väliaikainen ero voidaan hyödyntää. Tytäryritysten jakamattomista voittovaroista on kirjattu laskennallinen verovelka, silloin kun vero todennäköisesti realisoituu ennakoitavissa olevassa tulevaisuudessa. Laskennalliset verosaamiset ja -verovelat on netotettu yhtiökohtaisesti silloin, kun ne liittyvät saman veronsaajan perimiin tuloveroihin ja kun verottaja sallii yhtiön suorittaa tai vastaanottaa yhden nettomääräisen maksun. Laskennallinen verosaaminen kirjataan siihen määrän asti kuin on todennäköistä, että tulevaisuudessa syntyy verotettavaa tuloa, jota vastaan väliaikainen ero voidaan hyödyntää. Laskennallisten verosaamisten kirjaamis- edellytykset arvioidaan tältä osin aina jokaisen raportointikauden päättymispäivänä.

Laskennallisten verojen muutokset vuoden 2022 aikana:

MEUR	31.12.2021	Kirjattu tulos- laskelmaan	Kirjattu omaan pää- omaan	Ostetut / myydyt tytäryritykset	31.12.2022
Laskennalliset verosaamiset					
Varaukset	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Eläke-etuudet	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hyllypoistot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Laskennallisiin verosaa- misiin kirjattu tilikauden tappio		0,0	0,0	0,0	0,0
Muut erät	0,4	0,0	0,0	0,0	0,4
Yhteensä	0,5	-0,1	0,0	0,0	0,4
Verojen netotus	0,3				0,2
Laskennalliset verosaamiset taseessa	0,7				0,6

MEUR	31.12.2021	Kirjattu tulos- laskelmaan	Kirjattu omaan pää- omaan	Ostetut / myydyt tytäryritykset	31.12.2022
Laskennalliset verovelat					
Kertyneet poistoerot	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2
Liiketoimintojen yhdistymiset	17,8	-1,5	0,0	0,0	16,3
Tytäryritysten kertyneet voittovarot	0,5	0,0	0,0	0,0	0,5
Muut erät	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Yhteensä	18,6	-1,4	0,0	0,0	17,1
Verojen netotus	0,3				0,2
Laskennalliset verovelat taseessa	18,9				17,2

Konserniyhtiöiden vahvistetuista tappioista ei ole laskettu laskennallista verosaamista. Hyödyntäminen edellyttää, että niiden yhtiöiden, joihin tappioita kohdistuu, normaalitoiminta tuottaa veronalaista tuloa. Tappiot vanhenevat viimeistään vuonna 2023.

Laskennallisten verojen muutokset vuoden 2021 aikana:

MEUR	31.12.2020	Kirjattu tulos- laskelmaan	Kirjattu omaan pääomaan	Ostetut / myytyt tytäryritykset	31.12.2021
Laskennalliset verosaamiset					
Varaukset	0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0
Eläke-etuudet	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hyllypoistot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut erät	-0,1	0,5	0,0	0,0	0,4
Yhteensä	0,0	0,4	0,0	0,0	0,5
Verojen netotus	0,2				0,3
Laskennalliset verosaamiset taseessa	0,3				0,7
Laskennalliset verovelat					
Kertyneet poistoerot	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2
Liiketoimintojen yhdistymiset	10,7	-1,1	0,0	8,2	17,8
Tytäryritysten kertyneet voittovarot	0,4	0,1	0,0	0,0	0,5
Muut erät	-0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	11,3	-0,9	0,0	8,2	18,6
Verojen netotus	0,2				0,3
Laskennalliset verovelat taseessa	11,5				18,9

5.3 Tilikauden jälkeiset tapahtumat

① Ajankohta, jolta tilinpäätökseen vaikuttavat asiat otetaan huomioon, käsittää tilinpäätöspäivän ja tilinpäätöksen julkistamispäivän välisen ajan. Julkistamispäivällä tarkoitetaan päivää, jolloin tilinpäätöstiedote julkaistaan. Edellä mainitulla ajanjaksolla tapahtuvien asioiden osalta tarkastellaan, onko kysymyksessä tapahtuma, jonka osalta tilinpäätöksen tietoja tulee oikaista vai tapahtuma, jonka osalta tilinpäätöksen tietoja ei oikaista.

Tilinpäätöksen tietoja oikaistaan niillä tapahtumilla, jotka antavat lisänäyttöä tilikauden päättymishetkellä vallinneesta tilanteesta. Tällainen tapahtuma voi olla esimerkiksi tilanne, jossa tilinpäätöspäivän jälkeen on saatu tieto, jonka mukaan omaisuuserän arvo oli alentunut jo tilinpäätöspäivänä.

Alma Median tytäryhtiö Alma Talent Oy sopi vuokrattavien toimitilojen markkinapaidan Toimitilat.fi:n liiketoiminnan ostamisesta Talso Oy:ltä. Kauppa toteutetaan liiketoimintakauppana 1.1.2023.

	Liiketoiminto	Hankintahetki
Alma Talent -segmentti		
Toimitilat.fi	Verkkopalvelu	1.1.2023

Alma Talent

Vastike

MEUR	Käypä arvo
Käteismaksu	2,8
Ehdollinen vastike	0,6
Vastike yhteensä	3,4

Hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

MEUR	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	1,1
Hankitut varat yhteensä	1,1
Laskennalliset verovelat	0,2
Hankitut velat yhteensä	0,3
Hankitut nettovarot	0,9
Konsernin osuus nettovaroista	0,9
Liikearvo	2,5
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,2

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, brändiin ja itsekehitettyihin tietojärjestelmiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liike-toimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut sekä odotus toimitilamarkkina-paikkaliiketoiminnan kasvusta tulevana vuosina.

Emoyhtiön tuloslaskelma (FAS)

EUR	Liite	1.1.–31.12.2022	1.1.–31.12.2021
Liikevaihto	6.1	24 627 319	22 680 291
Liiketoiminnan muut tuotot	6.2	2 185	196 300
Materiaalit ja palvelut	6.3	1 881	15 911
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	6.4	15 050 760	11 072 872
Poistot ja arvonalentumiset	6.5	443 291	730 749
Liiketoiminnan muut kulut	6.6, 6.7, 6.8	22 374 554	21 547 856
Liikevoitto (-tappio)		-13 240 981	-10 490 797
Rahoitustuotot ja -kulut	6.9	30 972 534	24 749 320
Voitto ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja		17 731 553	14 258 522
Tilinpäätössiirrot	6.10	26 665 369	19 627 811
Tuloverot	6.11	-3 300 496	-1 818 067
Tilikauden voitto		41 096 427	32 068 266

Emoyhtiön tase (FAS)

EUR	Liite	31.12.2022	31.12.2021
VASTAAVAA			
Pysyvät vastaavat			
Aineettomat hyödykkeet	6.12	1 206 829	611 405
Aineelliset hyödykkeet	6.13	1 275 263	1 009 638
Sijoitukset			
Osuudet saman konsernin yrityksissä	6.14	500 537 954	529 877 545
Muut sijoitukset	6.14	2 280 269	1 930 410
Pitkäaikaiset saamiset	6.15	5 468 485	234 737
Pysyvät vastaavat yhteensä		510 768 800	533 663 736
Vaihtuvat vastaavat			
Lyhytaikaiset saamiset	6.15	31 546 165	26 767 223
Rahavarat		7 284 931	22 352 457
Vaihtuvat vastaavat yhteensä		38 831 096	49 119 680
Vastaavaa yhteensä		549 599 896	582 783 416

EUR	Liite	31.12.2022	31.12.2021
VASTATTAVAA			
Oma pääoma			
Osakepääoma		45 292 112	45 292 112
Ylikurssirahasto		119 295 759	119 295 759
Muut rahastot		5 357 269	5 357 269
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto		110 756 338	110 756 338
Edellisten tilikausien voitto (tappio)		5 126 546	2 214 360
Tilikauden voitto (tappio)		41 096 427	32 068 266
Oma pääoma yhteensä	6.16	326 924 451	314 984 104
Tilinpäätössiirtojen kertymä	6.17	181 872	158 241
Vieras pääoma			
Pitkäaikainen vieras pääoma	6.18	140 485 840	200 610 241
Lyhytaikainen vieras pääoma	6.19	82 007 734	67 030 830
Vieras pääoma yhteensä		222 493 574	267 641 071
Vastattavaa yhteensä		549 599 896	582 783 416

Emoyhtiön rahoituslaskelma (FAS)

EUR	1.1.–31.12.2022	1.1.–31.12.2021
Liiketoiminnan rahavirta		
Tilikauden voitto	41 096 427	32 068 266
Poistot ja arvonalentumiset	443 291	730 749
Pitkäaikaisten varojen myyntivoitot		-148 868
Nettorahoituskulut (Tuloslaskelma)	-27 738 786	-29 919 549
Tuloverot	3 300 496	1 818 067
Muut oikaisut	-20 951 215	-13 725 849
Käyttöpääoman muutos:		
Myyntisaamisten ja muiden saamisten muutos	-5 557 372	836 194
Ostovelkojen ja muiden velkojen muutos	305 941	-1 117 097
Saadut osinkotuotot	29 942 746	31 533 254
Saadut korkotuotot	31 142	60 399
Maksetut korkokulut ja muut rahoituskulut	-2 235 102	-1 674 104
Maksetut verot	-212 449	-2 475 865
Liiketoiminnan rahavirta	18 425 119	17 985 597
Investoinnit		
Liiketoimintojen hankinnat	-2 692 408	-238 722 246
Pääoman palautukset	30 000 000	5 000 000
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-384 445	-35 539
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-919 894	
Investoinnit muihin sijoituksiin	-350 000	-230 000
Myytävisissä olevien rahoitusvarojen myynnit		950 000
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden myynnit		407 458
Ostetut ja myydyt osakkuusyhtiöt		-450 000
Investointien nettorahavirta	25 653 253	-233 080 327
Rahavirta ennen rahoitusta	44 078 371	-215 094 730

EUR	1.1.–31.12.2022	1.1.–31.12.2021
Rahoitus		
Pitkäaikaisten lainojen nostot		419 440 972
Pitkäaikaisten lainojen takaisinmaksut	-60 000 000	-220 000 000
Lyhytaikaisten lainojen nostot	26 000 000	11 000 000
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-24 000 000	-11 000 000
Omien osakkeiden hankinta	-4 191 315	-1 135 557
Korollisten saamisten lisäys tai vähennys	12 248 738	24 091 493
Saadut ja maksetut konserniavustukset	19 600 000	11 440 000
Maksetut osingot	-28 803 320	-24 695 940
Rahoituksen nettorahavirta	-59 145 897	209 140 968
Rahavarojen muutos (lisäys+ / vähennys -)	-15 067 526	-5 953 762
Rahavarat tilikauden alussa	22 352 457	28 306 219
Rahavarat tilikauden lopussa	7 284 931	22 352 457

Emoyhtiön tilinpäätöksen laatimisperiaatteet

Perustiedot

Alma Media Oyj on suomalainen, Suomen lakien mukaan perustettu julkinen osakeyhtiö. Sen kotipaikka on Helsinki ja osoite Alvar Aallon katu 3 C, PL 140, 00101 Helsinki.

Emoyhtiön tilinpäätös

Emoyhtiön tilinpäätös on laadittu suomalaisen (FAS = Finnish Accounting Standards) tilinpäätössäännösten mukaisesti.

Emoyhtiö on perustettu 27.1.2005. Vanha Alma Media Oyj sulautui 7.11.2005 Almanova Oyj:öön, joka otti sulautumisen jälkeen Alma Media Oyj -nimen. Sulautumisen yhteydessä muodostunut fuusioerotus on aktivoitu konserniosakkeisiin.

Pysyvät vastaavat

Aineettomat ja aineelliset hyödykkeet on aktivoitu välittömiin hankintamenoihin vähennettynä suunnitelman mukaisilla poistoilla ja arvonalentumisilla. Suunnitelman mukaiset poistot on laskettu alkuperäisten hankinta-arvojen ja arvioidun taloudellisen pitoajan perusteella. Maa-alueista ei tehdä poistoja. Käytetyt poistoajat ovat seuraavat:

Koneet ja kalusto	3–10 vuotta
Muut pitkävaikutteiset menot	5–10 vuotta
Aineettomat oikeudet	5–10 vuotta

Tutkimus- ja kehittämismenot

Tutkimusmenot kirjataan kuluksi sillä kaudella, jolloin ne ovat syntyneet. Kehittämismenot aktivoidaan silloin kun on odotettavissa, että aineettomasta hyödykkeestä tulee vastaista taloudellista lisäarvoa ja siitä syntyvät menot kyetään luotettavasti määrittämään.

Verot

Tuloslaskelmaan on kirjattu tuloveroina tilikauden tulosta vastaava vero ja aikaisempien tilikausien verojen oikaisut. Laskennallisia verosaamisia ei ole kirjattu emoyhtiön kirjanpitoon.

Valuuttamääräiset erät

Ulkomaanrahan määräiset liiketapahtumat on kirjattu kirjanpitoon tapahtumapäivän kurssiin. Tilinpäätöksessä saatavat ja velat on arvostettu tilinpäätöspäivän keskikurssiin. Myynteihin ja ostoihin liittyvät kurssierot on käsitelty tuloslaskelmassa kyseisten erien oikaisuerinä. Lainoihin ja lainasaamisiin liittyvät toteutuneet ja toteutumattomat kurssierot on kirjattu tuloslaskelman muihin rahoitustuottoihin ja -kuluihin. Emoyhtiöllä ei ole merkittäviä valuuttalainoja.

Eläkejärjestelyt

Emoyhtiön henkilöstön lakisääteinen ja vapaaehtoinen eläketurva on järjestetty pääosin eläkevakuutusyhtiössä.

Muut työsuhte-etuudet

Emoyhtiössä ovat voimassa pitkän aikavälin osakepohjainen kannustinjärjestely yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille. Suomalaisen FAS-tilinpäätössäännösten mukaisesti optioetuutta eikä osakepalkkiota ole arvostettu käypään arvoon, eikä laskennallista työsuhte-etuutta ole kirjattu tulosvaikutteisesti kuluksi.

Emoyhtiön tilinpäätöksen liitetiedot

6.1 Liikevaihto markkina-alueittain

MEUR	2022	2021
Suomi	24,6	22,7
Yhteensä	24,6	22,7

6.2 Liiketoiminnan muut tuotot

MEUR	2022	2021
Myyntivoitot	0,0	0,2
Muut tuotot	0,0	0,0
Yhteensä	0,0	0,2

6.3 Materiaalit ja palvelut

MEUR	2022	2021
Materiaalit ja palvelut	0,0	0,0
Yhteensä	0,0	0,0

6.4 Henkilöstökulut

MEUR	2022	2021
Palkat ja palkkiot	12,8	8,7
Eläkekulut	1,4	1,6
Muut henkilösivukulut	0,9	0,8
Yhteensä	15,1	11,1
Henkilöstömäärä keskimäärin	100	99
Johdon palkat ja palkkiot		
Toimitusjohtaja	1,0	0,9
Konsernin muut johtoryhmän jäsenet	2,7	2,9
Hallituksen jäsenet	0,4	0,3
Yhteensä	4,0	4,1

Emoyhtiön toimitusjohtajan etuuksia on kuvattu tarkemmin konsernitiilinpäätöksen liitetiedoissa, liitteessä 1.4.1.

6.5 Poistot ja arvonalennukset

MEUR	2022	2021
Suunnitelman mukaiset poistot	0,4	0,7
Yhteensä	0,4	0,7

6.6 Liiketoiminnan muut kulut

MEUR	2022	2021
Tietotekniikka ja tietoliikennekulut	12,7	10,7
Toimitilakulut	6,1	6,3
Muut kulut	3,6	4,5
Yhteensä	22,4	21,5

6.7 Tilintarkastajien palkkiot

1000 EUR	2022	2021
Tilintarkastuspalkkiot	244,1	232,3
Todistukset ja lausunnot	25,9	4,0
Veroneuvonta		
Muut palkkiot	69,2	127,1
Yhteensä	339,2	363,4

Emoyhtiön tilintarkastuspalkkiot sisältävät koko konsernin tilintarkastusveloitukset.

6.8 Tutkimus- ja kehittämismenot

Yhtiön tutkimus- ja kehittämismenot vuonna 2022 olivat 125 000 euroa (140 000 euroa). Taseeseen ei aktivoitu vuonna 2022 eikä 2021 kehittämismenoja.

6.9 Rahoitustuotot ja -kulut

MEUR	2022	2021
Osinkotuotot		
Saman konsernin yrityksiltä	29,8	31,2
Omistusyhteisyryksiltä	0,2	0,3
Muilta	0,0	0,0
Yhteensä	29,9	31,5
Tuotot muista pysyvien vastaavien sijoituksista		
Muilta		0,2
Muut korko- ja rahoitustuotot		
Saman konsernin yrityksiltä	0,0	0,1
Arvonmuutokset käypään arvoon kirjattavista rahoitusvaroista	5,2	0,2
Muilta	0,0	0,0
Yhteensä	5,3	0,3
Arvonalentumiset pysyvien vastaavien sijoituksista		
Arvonalentumiset tytäryhtiösijoituksista	-2,0	-5,6
Yhteensä	-2,0	-5,6
Korkokulut ja muut rahoituskulut		
Saman konsernin yrityksille	-0,8	
Muille	-1,5	-1,7
Yhteensä	-2,3	-1,7
Valuuttakurssivoitot / tappiot		
Valuuttakurssivoitot ja -tappiot	0,1	0,0
Rahoitustuotot ja -kulut yhteensä	31,0	24,7

6.10 Tilinpäätössirrot

MEUR	2022	2021
Suunnitelman mukaisten ja verotuksessa tehtyjen poistojen erotus	0,0	0,0
Konserniavustus	26,7	19,6
Yhteensä	26,7	19,6

6.11 Tuloverot

MEUR	2022	2021
Tuloverot varsinaisesta toiminnasta	-3,3	-1,8
Yhteensä	-3,3	-1,8

6.12 Aineettomat hyödykkeet

MEUR	Aineettomat oikeudet	Ennakkomaksut	Yhteensä
Tilikausi 2022			
Hankintameno 1.1.	3,4		3,4
Lisäykset		0,9	0,9
Hankintameno 31.12.	3,4	0,9	4,3
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	2,7		2,7
Tilikauden poisto	0,3		0,3
Kertyneet poistot 31.12.	3,1		3,1
Kirjanpitoarvo 31.12.2022	0,3	0,9	1,2

MEUR	Aineettomat oikeudet	Yhteensä
Tilikausi 2021		
Hankintameno 1.1.	6,3	6,3
Vähennykset	-3,0	-3,0
Hankintameno 31.12.	3,4	3,4
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	5,0	5,0
Vähennysten kertyneet poistot	-3,0	-3,0
Tilikauden poisto	0,7	0,7
Kertyneet poistot 31.12.	2,7	2,7
Kirjanpitoarvo 31.12.2021	0,6	0,6

6.13 Aineelliset hyödykkeet

MEUR	Rakennukset	Koneet ja kalusto	Muut aineelliset hyödykkeet	Yhteensä
Tilikausi 2022				
Hankintameno 1.1.		0,2	1,1	1,3
Lisäykset		0,4		0,4
Vähennykset				
Hankintameno 31.12.		0,6	1,1	1,8
Kertyneet poistot 1.1.		0,1	0,2	0,3
Vähennysten kertyneet poistot				
Tilikauden poisto		0,1	0,1	0,1
Kertyneet poistot 31.12.		0,2	0,2	0,5
Kirjanpitoarvo 31.12.2022		0,4	0,9	1,3
Tilikausi 2021				
Hankintameno 1.1.	0,5	0,1	1,2	1,8
Lisäykset		0,0		0,0
Vähennykset	-0,5		0,0	-0,5
Hankintameno 31.12.	0,0	0,2	1,1	1,3
Kertyneet poistot 1.1.	0,3	0,1	0,1	0,5
Vähennysten kertyneet poistot	-0,3			-0,3
Tilikauden poisto	0,0	0,0	0,1	0,1
Kertyneet poistot 31.12.		0,1	0,2	0,3
Kirjanpitoarvo 31.12.2021	0,0	0,0	0,9	1,0

6.14 Sijoitukset

MEUR	Osakkeet konserniyritykset	Osakkeet omistusyhteisyritykset	Osakkeet muut	Yhteensä
Tilikausi 2022				
Hankintameno 1.1.	663,2	1,6	0,3	665,2
Lisäykset	2,7		0,4	3,0
Vähennykset	-30,0			-30,0
Siirrot erien välillä				
Hankintameno 31.12.	635,7	1,6	0,7	638,0
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	133,2			133,2
Vähennysten ja siirtojen kertyneet poistot				
Arvonalennukset	2,0			2,0
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	135,2			135,2
Kirjanpitoarvo 31.12.2022	500,5	1,6	0,7	502,8
Tilikausi 2021				
Hankintameno 1.1.	432,4	1,2	0,8	434,4
Lisäykset	235,8	0,5	0,2	236,5
Vähennykset	-5,0		-0,7	-5,7
Siirrot erien välillä				
Hankintameno 31.12.	663,2	1,6	0,3	665,2
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	127,6			127,6
Vähennysten ja siirtojen kertyneet poistot				
Arvonalennukset	5,6			5,6
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	133,2			133,2
Kirjanpitoarvo 31.12.2021	530,0	1,6	0,3	531,8

Emoyhtiön omistus tytäryrityksissä ja osakkuusyhtiöissä

Yhtiö	Kotipaikka	Yhtiön omistusosuus %	Osuus äänivallasta %	Konsernin omistusosuus %
Tytäryritykset				
Alma Career Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Alma Finanssipalvelut Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Alma Media Suomi Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Alma Talent Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Etua Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Karenstock Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Kotikokki.net Oy	Helsinki	65,00	65,00	65,00
Netello Systems Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Objektvision AB	Tukholma, Ruotsi	100,00	100,00	100,00
Rantapallo Oy	Helsinki	79,00	79,00	79,00
Osakkuusyrietykset				
Infostud 3 d.o.o.	Serbia	25,00	25,00	25,00
Kytöpirtti Oy	Seinäjoki	43,20	43,20	43,20
Suomen Tunnistetieto Oy	Turku	25,00	25,00	25,00

Alma Media Oyj on hankkinut tilikauden 2022 aikana Netello Systems Oy:n osakekanasta 40 % (aikaisemmin 60,0 %) ja lisännyt näin omistuksen 100 %. Tilikauden 2022 aikana Alma Mediapartners Oy ja Nettix Oy fuusioituivat Alma Media Suomi Oy:öön.

6.15 Saamiset

MEUR	2022	2021
Pitkäaikaiset saamiset		
Korkojohdannaissopimukset	5,5	0,2
Pitkäaikaiset saamiset yhteensä	5,5	0,2
Lyhytaikaiset saamiset		
Saamiset samaan konserniin kuuluvilta yrityksiltä		
Lainasaamiset*	28,8	22,8
Siirtosaamiset	0,7	0,7
Yhteensä	29,5	23,4
Saamiset muilta		
Myyntisaamiset	0,0	0,0
Muut saamiset	0,1	0,1
Siirtosaamiset**	1,9	3,2
Yhteensä	2,0	3,4
Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	31,5	26,8

* Konsernipankkitileillä olevat varat on esitetty lainasaamisissa.

** Siirtosaamisten olennaiset erät johtuvat ostolaskujaksotuksista.

6.16 Oma pääoma

MEUR	2022	2021
Sidottu oma pääoma		
Osakepääoma 1.1.	45,3	45,3
Osakepääoma 31.12.	45,3	45,3
Ylikurssirahasto 1.1.	119,3	119,3
Ylikurssirahasto 31.12.	119,3	119,3
Muut rahastot 1.1.	5,4	5,4
Muut rahastot 31.12.	5,4	5,4
Sidottu oma pääoma yhteensä	169,9	169,9
Vapaa oma pääoma		
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto 1.1	110,8	110,8
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto 31.12	110,8	110,8
Kertyneet voittovarot 1.1.	34,3	27,5
Maksamattomien osinkojen purku		0,1
Osingonjako	-28,8	-24,7
Omien osakkeiden hankinta	-4,2	-1,1
Omien osakkeiden luovutus	3,8	0,5
Kertyneet voittovarot 31.12.	5,1	2,2
Tilikauden voitto	41,1	32,1
Vapaa oma pääoma yhteensä	157,0	145,0
Oma pääoma yhteensä	326,9	315,0

MEUR	2022	2021
Laskelma jakokelpoisesta omasta pääomasta 31.12.		
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	110,8	110,8
Taseeseen aktivoidut kehittämismenot	-0,1	-0,2
Voitto edelliseltä tilikaudelta	5,1	2,2
Tilikauden voitto	41,1	32,1
Yhteensä	156,9	144,8

6.17 Tilinpäätössiirrot

MEUR	2022	2021
Suunnitelman mukaisten ja verotuksessa tehtyjen poistojen erotus	0,2	0,2

6.18 Pitkäaikainen vieras pääoma

MEUR	2022	2021
Lainat rahoituslaitoksilta	140,0	200,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,5	0,6
Yhteensä	140,5	200,6

6.19 Lyhytaikainen vieras pääoma

MEUR	2022	2021
Laina rahoituslaitoksilta	2,0	
Ostovelat	0,9	0,6
Yhteensä	2,9	0,6
Velat samaan konserniin kuuluville yrityksille		
Ostovelat	0,0	0,0
Muut velat	73,7	62,5
Siirtovelat		
Yhteensä	73,7	62,5
Muille		
Muut lyhytaikaiset velat	0,4	0,6
Siirtovelat	5,1	3,3
Yhteensä	5,4	3,9
Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä	82,0	67,0

Siirtoveloista merkittävimmän osan muodostavat henkilöstökulujaksotukset.

6.20 Vakuudet ja vastuusitoumukset

MEUR	2022	2021
Konserniyhtiön velasta		
Takaukset	2,5	2,5
Muut omat vastuut		
Vuokravastuut – yhden vuoden kuluessa maksettavat	5,6	5,8
Vuokravastuut – myöhemmin maksettavat	20,2	25,1
Vuokravastuut yhteensä	25,9	30,9
Yhteensä		
Takaukset	2,5	2,5
Muut vastuut	25,9	30,9
Vastuut yhteensä	28,4	33,4

Alma Medialla on käytettävissä 30 milj. euron suuruinen, sitova rahoituslimiitti, joka oli 31.12.2022 kokonaan käyttämättä. Tämän lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelmasta oli 2 milj. euroa käytetty 31.12.2022.

6.21 Johdannaissopimukset

MEUR	2022	2021
Korkojohdannainen		
Käypä arvo*	5,5	0,2
Kohde-etuuden arvo	50,0	50,0

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

Toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen allekirjoitukset

Konsernin emoyhtiön voitonjakokelpoiset varat 31.12.2022 ovat yhteensä 156 856 329 euroa.

Osinkoon oikeuttavia osakkeita on 82 383 182 kappaletta.

Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2022 maksetaan osinkoa 0,44 euroa osaketta kohden. Tilinpäätöshetkellä 31.12.2022 ulkona olevien osakkeiden 82 184 791 kappaletta perusteella osingon määrä on yhteensä 36 161 308 euroa.

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

Helsingissä 15.2.2023

Catharina Stackelberg-Hammarén
Hallituksen puheenjohtaja

Eero Broman
hallituksen varapuheenjohtaja

Petri Niemisvirta
hallituksen jäsen

Kaisa Salakka
hallituksen jäsen

Heikki Herlin
hallituksen jäsen

Esa Lager
hallituksen jäsen

Peter Immonen
hallituksen jäsen

Alexander Lindholm
hallituksen jäsen

Kai Telanne
toimitusjohtaja

TILINPÄÄTÖSMERKINTÄ

Suoritetusta tilintarkastuksesta on tänään annettu kertomus.

Helsingissä 15.2.2023

PricewaterhouseCoopers Oy
Tilintarkastusyhteisö

Niina Vilske
KHT

Tilintarkastuskertomus

Alma Media Oyj:n yhtiökokoukselle

Tilinpäätöksen tilintarkastus

Lausunto

Lausuntonamme esitämme, että

- konsernitilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan konsernin taloudellisesta asemasta sekä sen toiminnan tuloksesta ja rahavirroista EU:ssa käyttöön hyväksyttyjen kansainvälisten tilinpäätösstandardien (IFRS) mukaisesti
- tilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan emoyhtiön toiminnan tuloksesta ja taloudellisesta asemasta Suomessa voimassa olevien tilinpäätöksen laatimista koskevien säännösten mukaisesti ja täyttää lakisääteiset vaatimukset.

Lausuntomme on ristiriidaton tarkastusvaliokunnalle annetun lisäraportin kanssa.

Tilintarkastuksen kohde

Olemme tilintarkastaneet Alma Media Oyj:n (y-tunnus 1944757-4) tilinpäätöksen tilikaudelta 1.1.–31.12.2022. Tilinpäätös sisältää:

- konsernin taseen, laajan tuloslaskelman, laskelman oman pääoman muutoksista, rahavirtalaskelman ja liitetiedot, mukaan lukien yhteenveto merkittävistä tilinpäätöksen laatimisperiaatteista
- emoyhtiön taseen, tuloslaskelman, rahoituslaskelman ja liitetiedot.

Lausunnon perustelut

Olemme suorittaneet tilintarkastuksen Suomessa noudatettavan hyvän tilintarkastustavan mukaisesti. Hyvän tilintarkastustavan mukaisia velvollisuuksiamme kuvataan tarkemmin kohdassa Tilintarkastajan velvollisuudet tilinpäätöksen tilintarkastuksessa.

Käsityksemme mukaan olemme hankkineet lausuntomme perustaksi tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä.

Riippumattomuus

Olemme riippumattomia emoyhtiöstä ja konserniyrityksistä niiden Suomessa noudatettavien eettisten vaatimusten mukaisesti, jotka koskevat suorittamaamme tilintarkastusta ja olemme täyttäneet muut näiden vaatimusten mukaiset eettiset velvollisuutemme.

Emoyhtiölle ja konserniyrityksille suorittamamme muut kuin tilintarkastuspalvelut ovat parhaan tietomme ja käsityksemme mukaan olleet Suomessa noudatettavien, näitä palveluja koskevien säännösten mukaisia, emmekä ole suorittaneet EU-asetuksen 537/2014 5. artiklan 1-kohdassa tarkoitettuja kiellettyjä palveluja. Suorittamamme muut kuin tilintarkastuspalvelut on esitetty konsernitilinpäätöksen liitetiedossa 1.3.5.

Tarkastuksen yleinen lähestymistapa

Yhteenveto

Olennaisuus	• Konsernitilinpäätökselle määritetty olennaisuus oli 4,0 miljoonaa euroa
Tarkastuksen laajuus	• Tarkastuksen kohteena on ollut emoyhtiö sekä sen tytäryhtiöitä Suomessa, Slovakiassa ja Tšokeissa
Keskeiset seikat	• Liikearvon ja rajoittamattoman taloudellisen vaikutusajan omaavien tuotemerkkien arvostus • Tytäryhtiösijoitusten arvostus emoyhtiön tilinpäätöksessä

Osana tilintarkastuksen suunnittelua olemme määrittäneet olennaisuuden ja arvioineet riskiä siitä, että tilinpäätöksessä on olennainen virheellisyys. Erityisesti olemme arvioineet alueita, joiden osalta johto on tehnyt subjektiivisia arvioita. Tällaisia ovat esimerkiksi merkittävät kirjanpidolliset arviot, joihin liittyy oletuksia ja tulevien tapahtumien arviointia.

Olennaisuus

Tarkastuksemme suunnitteluun ja suorittamiseen on vaikuttanut soveltamamme olennaisuus. Tilintarkastuksen tavoitteena on hankkia kohtuullinen varmuus siitä, onko tilinpäätöksessä kokonaisuutena olennaista virheellisyttä. Virheellisyyksiä voi aiheutua väärinkäytöksestä tai virheestä. Niiden katsotaan olevan olennaisia, jos niiden yksin tai yhdessä voitaisiin kohtuudella odottaa vaikuttavan taloudellisiin päätöksiin, joita käyttäjät tekevät tilinpäätöksen perusteella.

Perustuen ammatilliseen harkintaamme määritimme olennaisuuteen liittyen tiettyjä kvantitatiivisia raja-arvoja, kuten alla olevassa taulukossa kuvatun konsernitilinpäätökselle määritetyn olennaisuuden. Nämä raja-arvot yhdessä kvalitatiivisten tekijöiden kanssa auttoivat meitä määrittämään tarkastuksen kokonaislaajuuden ja yksittäisten tilintarkastustoimenpiteiden luonteen, ajoituksen ja laajuuden sekä arvioimaan virheellisyyksien vaikutusta tilinpäätökseen kokonaisuutena.

Konsernitilinpäätökselle määritetty olennaisuus

4,0 miljoonaa euroa

Olennaisuuden määrittämisessä käytetty vertailukohde

5 % konsernin tilikauden 2022 tuloksesta ennen veroja

Perustelut vertailukohteen valinnalle

Valitsimme olennaisuuden määrittämisen vertailukohteeksi tuloksen ennen veroja, koska käsityksemme mukaan konsernitilinpäätöksen lukijat käyttävät yleisimmin sitä arvioidessaan konsernin suoriutumista. Lisäksi tulos ennen veroja on yleisesti hyväksytty vertailukohde. Valitsimme sovellettavaksi prosenttiosuudeksi 5 %, joka on tilintarkastusstandardeissa yleisesti hyväksyttyjen määrällisten rajojen puitteissa.

Konsernitilinpäätöksen tarkastuksen laajuuden määrittäminen

Tilintarkastuksemme laajuutta määrittäessämme olemme ottaneet huomioon Alma Media -konsernin rakenteen, toimialan sekä taloudelliseen raportointiin liittyvät prosessit ja kontrollit.

Emoyhtiön lisäksi tarkastuksemme laajuuteen ovat sisältyneet konsernin merkittävimmät Suomen, Tšekin ja Slovakian tytäryhtiöt. Konsernin liikevaihto muodostuu merkittävilta osin näistä tytäryhtiöistä. Muihin tytäryrityksiin ei katsota liittyvän olennaisen virheen riskiä konsernitilinpäätöksen kannalta.

Tilintarkastuksen kannalta keskeiset seikat

Tilintarkastuksen kannalta keskeiset seikat ovat seikkoja, jotka ammatillisen harkintamme mukaan ovat olleet merkittävimpiä tarkastuksen kohteena olevan tilikauden tilintarkastuksessa. Nämä seikat on otettu huomioon tilinpäätökseen kokonaisuutena kohdistuneessa tilintarkastuksessamme sekä laatiessamme siitä annettavaa lausuntoa, emmekä anna näistä seikoista erillistä lausuntoa.

Otamme kaikissa tilintarkastuksissamme huomioon riskin siitä, että johto sivuuttaa kontroleja. Tähän sisältyy arviointi siitä, onko viitteitä sellaisesta johdon tarkoitushakuisesta suhtautumisesta, josta aiheutuu väärinkäytöksestä johtuvan olennaisen virheellisyyden riski.

Konsernitilinpäätöksen tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka

Liikearvon ja rajoittamattoman taloudellisen vaikutusajan omaavien tuotemerkkien arvostus

Katso konsernitilinpäätöksen laatimisperiaatteet ja liitetieto 21.

Konsernin taseessa 31.12.2022 on liikearvoa 294,4 miljoonaa euroa ja rajoittamattoman taloudellisen vaikutusajan omaavia tuotemerkkejä 59,5 miljoonaa euroa. Liikearvo ja taloudelliselta vaikutusajalta rajoittamattomat tuotemerkit on kohdistettu konsernin rahavirtaa tuottaville yksiköille.

Yhtiö testaa liikearvon arvonalentumisen varalta aina, kun on viitteitä siitä, että arvo saattaa olla alentunut, mutta kuitenkin vähintään kerran vuodessa.

Arvonalentumistestauksessa verrataan taseessa olevaa liikearvon määrää kerrytettävissä olevaan rahamäärään. Kerrytettävissä olevat rahamäärät perustuvat käyttöarvolaskelmiin. Nämä laskelmat edellyttävät johdolta merkittävää harkintaa, joka liittyy arvioihin tulevista rahavirroista sekä diskonttokoron määrittämiseen.

Liikearvon ja taloudelliselta vaikutusajalta rajoittamattomien tuotemerkkien arvostus on tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka, koska liikearvon ja taloudelliselta vaikutusajalta rajoittamattomien tuotemerkkien määrä konsernin taseessa on merkittävä ja arvostukseen liittyvä merkittävää johdon harkintaa.

Miten seikkaa on käsitelty tilintarkastuksessa

Tarkastuksemme on sisältänyt muun muassa seuraavia toimenpiteitä:

- Arvioimme yhtiön käyttämän käyttöarvon laskentamallin oikeellisuutta vertaamalla mallia IAS 36: Omaisuuserien arvonalentuminen -standardin vaatimuksiin sekä testaamalla laskelmien matemaattista oikeellisuutta.
- Arvioimme käyttöarvolaskelmissa käytettyjen rahavirtaennusteiden määrittämiseen liittyvää prosessia ja vertasimme ennusteita hallituksen hyväksymiin budjetteihin ja strategialukuihin.
- Arvioimme johdon käyttämien ennusteiden luotettavuutta muun muassa liikevaihdon kasvun ja liikevoiton kehittymisen osalta vertaamalla aikaisempien vuosien ennusteita toteumiin.
- Arvioimme johdon laatimassa herkkyysslaskelmassa käytettyjen oletusten asianmukaisuutta.
- Laskelmissa käytettyjen diskonttokorkojen tarkastamisessa käytimme apuna PwC:n arvonnäilytykseen erikoistuneita asiantuntijoita.
- Arvioimme tilinpäätöksessä esitettyjen tietojen riittävyyttä ja asianmukaisuutta.

Emoyhtiön tilinpäätöksen tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka

Tytäryhtiösijoitusten arvostus emoyhtiön tilinpäätöksessä

Katso emoyhtiön tilinpäätöksen liitetieto 6.14.

Emoyhtiön taseessa 31.12.2022 tytäryhtiösijoitusten arvo on 500,5 miljoonaa euroa. Emoyhtiö on kirjannut tilikaudella 2,0 miljoonaa euroa arvonalentumisia tytäryhtiösijoituksista.

Yhtiö suorittaa vuosittain arvonalentumistestauksen tytäryhtiösijoitusten arvonalentumisen varalta määrittämällä niiden kerrytettävissä oleva rahamäärän käyttöarvon avulla.

Tytäryhtiösijoitusten arvostus on tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka johtuen näiden sijoitusten tasearvon merkittävydestä sekä niiden arvostukseen liittyvästä johdon harkinnasta.

Miten seikkaa on käsitelty tilintarkastuksessa

Tarkastuksemme on sisältänyt muun muassa seuraavia toimenpiteitä:

- Arvioimme käyttöarvolaskelmissa käytettyjen rahavirtaennusteiden määrittämiseen liittyvää prosessia ja vertasimme ennusteita hallituksen hyväksymiin budjetteihin ja strategialukuihin.
- Arvioimme johdon käyttämien ennusteiden luotettavuutta muun muassa liikevaihdon kasvun ja liikevoiton kehittymisen osalta vertaamalla aikaisempien vuosien ennusteita toteumiin.
- Laskelmissa käytettyjen diskonttokorkojen tarkastamisessa käytimme apuna PwC:n arvonnäilytykseen erikoistuneita asiantuntijoita.

Konsernitilinpäätöksen tai emoyhtiön tilinpäätöksen osalta ei ole EU-asetuksen 537/2014 10. artiklan 2 c -kohdassa tarkoitettuja merkittäviä olennaisen virheellisuuden riskejä.

Tilinpäätöstä koskevat hallituksen ja toimitusjohtajan velvollisuudet

Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat tilinpäätöksen laatimisesta siten, että konsernitilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan EU:ssa käyttöön hyväksyttyjen kansainvälisten tilinpäätösstandardien (IFRS) mukaisesti ja siten, että tilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan Suomessa voimassa olevien tilinpäätöksen laatimista koskevien säännösten mukaisesti ja täyttää lakisääteiset vaatimukset. Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat myös sellaisesta sisäisestä valvonnasta, jonka ne katsovat tarpeelliseksi voidakseen laatia tilinpäätöksen, jossa ei ole väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvaa olennaista virheellisyyttä.

Hallitus ja toimitusjohtaja ovat tilinpäätöstä laatiessaan velvollisia arvioimaan emoyhtiön ja konsernin kykyä jatkaa toimintaansa ja soveltuviin tapauksissa esittämään seikat, jotka liittyvät toiminnan jatkuvuuteen ja siihen, että tilinpäätös on laadittu toiminnan jatkuvuuteen perustuen. Tilinpäätös laaditaan toiminnan jatkuvuuteen perustuen, paitsi jos emoyhtiö tai konserni aiotaan purkaa tai toiminta lakkauttaa tai ei ole muuta realistista vaihtoehtoa kuin tehdä niin.

Tilintarkastajan velvollisuudet tilinpäätöksen tilintarkastuksessa

Tavoitteenamme on hankkia kohtuullinen varmuus siitä, onko tilinpäätöksessä kokonaisuutena väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvaa olennaista virheellisyyttä,

sekä antaa tilintarkastuskertomus, joka sisältää lausuntomme. Kohtuullinen varmuus on korkea varmuustaso, mutta se ei ole tae siitä, että olennainen virheellisyys aina havaitaan hyvän tilintarkastustavan mukaisesti suoritettavassa tilintarkastuksessa. Virheellisyyksiä voi aiheutua väärinkäytöksestä tai virheestä, ja niiden katsotaan olevan olennaisia, jos niiden yksin tai yhdessä voitaisiin kohtuudella odottaa vaikuttavan taloudellisiin päätöksiin, joita käyttäjät tekevät tilinpäätöksen perusteella.

Hyvän tilintarkastustavan mukaiseen tilintarkastukseen kuuluu, että käytämme ammatillista harkintaa ja säilytämme ammatillisen skeptisyyden koko tilintarkastuksen ajan. Lisäksi:

- tunnistamme ja arvioimme väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvat tilinpäätöksen olennaisen virheellisuuden riskit, suunnittelemme ja suoritamme näihin riskeihin vastaavia tilintarkastustoimenpiteitä ja hankimme lausuntomme perustaksi tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä. Riski siitä, että väärinkäytöksestä johtuva olennainen virheellisyys jää havaitsematta, on suurempi kuin riski siitä, että virheestä johtuva olennainen virheellisyys jää havaitsematta, sillä väärinkäyttöön voi liittyä yhteistoimintaa, väärentämistä, tietojen tahallista esittämättä jättämistä tai virheellisten tietojen esittämistä taikka sisäisen valvonnan sivuuttamista.
- muodostamme käsityksen tilintarkastuksen kannalta relevantista sisäisestä valvonnasta pystyäksemme suunnittelemaan olosuhteisiin nähden asianmukaiset tilintarkastustoimenpiteet mutta emme siinä tarkoituksessa, että pystyisimme antamaan lausunnon emoyhtiön tai konsernin sisäisen valvonnan tehokkuudesta.
- arvioimme sovellettujen tilinpäätöksen laatimisperiaatteiden asianmukaisuutta sekä johdon tekemien kirjanpidollisten arvioiden ja niistä esitettävien tietojen kohtuullisuutta.
- teemme johtopäätöksen siitä, onko hallituksen ja toimitusjohtajan ollut asianmukaista laatia tilinpäätös perustuen oletukseen toiminnan jatkuvuudesta, ja teemme hankkimamme tilintarkastusevidenssin perusteella johtopäätöksen siitä, esiintyykö sellaista tapahtumiin tai olosuhteisiin liittyvää olennaista epävarmuutta, joka voi antaa merkittävää aihetta epäillä emoyhtiön tai konsernin kykyä jatkaa toimintaansa. Jos johtopäätöksemme on, että olennaista epävarmuutta esiintyy, meidän täytyy kiinnittää tilintarkastuskertomukssamme lukijan huomiota epävarmuutta koskeviin tilinpäätöksessä esitettäviin tietoihin tai, jos epävarmuutta koskevat tiedot eivät ole riittäviä, mukauttaa lausuntomme. Johtopäätöksemme perustuvat tilintarkastuskertomuksen antamispäivään mennessä

hankittuun tilintarkastusevidenssiin. Vastaiset tapahtumat tai olosuhteet voivat kuitenkin johtaa siihen, ettei emoyhtiö tai konserni pysty jatkamaan toimintaansa.

- arvioimme tilinpäätöksen, kaikki tilinpäätöksessä esitettävät tiedot mukaan lukien, yleistä esittämistapaa, rakennetta ja sisältöä ja sitä, kuvastaako tilinpäätös sen perustana olevia liiketoimia ja tapahtumia siten, että se antaa oikean ja riittävän kuvan.
- hankimme tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä konserniin kuuluvia yhteisöjä tai liiketoimintoja koskevasta taloudellisesta informaatiosta pystyäksemme antamaan lausunnon konsernitiilinpäätöksestä. Vastaamme konsernin tilintarkastuksen ohjauksesta, valvonnasta ja suorittamisesta. Vastaamme tilintarkastuslausunnosta yksin.

Kommunikoimme hallintoelinten kanssa muun muassa tilintarkastuksen suunnittelusta laajuudesta ja ajoituksesta sekä merkittävistä tilintarkastushavainnoista, mukaan lukien mahdolliset sisäisen valvonnan merkittävät puutteellisuudet, jotka tunnistamme tilintarkastuksen aikana.

Lisäksi annamme hallintoelimille vahvistuksen siitä, että olemme noudattaneet riippumattomuutta koskevia relevantteja eettisiä vaatimuksia, ja kommunikoimme niiden kanssa kaikista suhteista ja muista seikoista, joiden voi kohtuudella ajatella vaikuttavan riippumattomuuteemme, ja soveltuvissa tapauksissa niihin liittyvistä varotoimista.

Päätämme, mitkä hallintoelinten kanssa kommunikoiduista seikoista olivat merkittävimpiä tarkasteltavana olevan tilikauden tilintarkastuksessa ja näin ollen ovat tilintarkastuksen kannalta keskeisiä. Kuvaamme kyseiset seikat tilintarkastuskertomuksessa, paitsi jos säädös tai määräys estää kyseisen seikan julkistamisen tai kun äärimmäisen harvinaisissa tapauksissa toteamme, ettei kyseisestä seikasta viestitä tilintarkastuskertomuksessa, koska siitä aiheutuvien epäedullisten vaikutusten voitaisiin kohtuudella odottaa olevan suuremmat kuin tällaisesta viestinnästä koituva yleinen etu.

Muut raportointivelvoitteet

Tilintarkastustoimeksiantoa koskevat tiedot

Olemme toimineet yhtiökokouksen valitsemana tilintarkastajana 20.3.2014 alkaen yhtäjaksoisesti 9 vuotta.

Muu informaatio

Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat muusta informaatiosta. Muu informaatio käsittää toimintakertomuksen ja vuosikertomukseen sisältyvän informaation, mutta se ei sisällä tilinpäätöstä eikä sitä koskevaa tilintarkastuskertomustamme. Olemme saaneet toimintakertomuksen käyttöömmme ennen tämän tilintarkastuskertomuksen antamispäivää ja odotamme saavamme vuosikertomuksen käyttöömmme kyseisen päivän jälkeen. Tilinpäätöstä koskeva lausuntomme ei kata muuta informaatiota.

Velvollisuutenamme on lukea edellä yksilöity muu informaatio tilinpäätöksen tilintarkastuksen yhteydessä ja tätä tehdessämme arvioida, onko muu informaatio olennaisesti ristiriidassa tilinpäätöksen tai tilintarkastusta suoritettaessa hankkimamme tietämyksen kanssa tai vaikuttaako se muutoin olevan olennaisesti virheellistä. Toimintakertomuksen osalta velvollisuutenamme on lisäksi arvioida, onko toimintakertomus laadittu sen laatimiseen sovellettavien säännösten mukaisesti.

Lausuntonamme esitämme, että

- toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen tiedot ovat yhdenmukaisia
- toimintakertomus on laadittu toimintakertomuksen laatimiseen sovellettavien säännösten mukaisesti.

Jos teemme ennen tilintarkastuskertomuksen antamispäivää käyttöömmme saamaamme muuhun informaatioon kohdistamamme työn perusteella johtopäätöksen, että kyseisessä muussa informaatiossa on olennainen virheellisyys, meidän on raportoitava tästä seikasta. Meillä ei ole tämän asian suhteen raportoitavaa.

Helsingissä 15.2.2023

PricewaterhouseCoopers Oy

Tilintarkastusyhteisö

Niina Vilske

KHT

Alma Media Oyj:n ESEF-tilinpäätöstä koskeva kohtuullisen varmuuden antava riippumattoman tilintarkastajan varmennusraportti

Alma Media Oyj:n johdolle

Olemme Alma Media Oyj:n (y-tunnus 1944757-4) (jäljempänä myös ”yhtiö”) johdon pyynnöstä suorittaneet kohtuullisen varmuuden antavan toimeksiannon, jonka kohteena on ollut yhtiön IFRS-konsernitilinpäätös tilikaudelta 1-1.- 31.12.2022 European Single Electronic Format -muodossa (”ESEF-tilinpäätös”).

Johdon vastuu ESEF-tilinpäätöksestä

Alma Media Oyj:n johto vastaa ESEF-tilinpäätöksen laatimisesta siten, että se täyttää 17.12.2018 annetun komission delegoidun asetuksen (EU) 2019/815 vaatimukset (”ESEF-vaatimukset”). Tähän vastuuseen kuuluu, että suunnitellaan, otetaan käyttöön ja ylläpidetään sisäistä valvontaa, joka on relevanttia sellaisen ESEF-tilinpäätöksen laatimisen kannalta, jossa ei ole väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvaa olennaista ESEF-vaatimusten noudattamatta jättämistä.

Meidän riippumattomuutemme ja laadunvalvontamme

Olemme noudattaneet IESBAn (International Ethics Standards Board for Accountants) Kansainvälisten eettisten sääntöjen tilintarkastusammattilaisille (sisältäen Kansainväliset riippumattomuusstandardit) (IESBAn eettiset säännöt) mukaisia riippumattomuusvaatimuksia ja muita eettisiä vaatimuksia. Sääntöjen pohjana ovat perusperiaatteet ovat rehellisyys, objektiivisuus, ammatillinen pätevyys ja huolellisuus, salassapitovelvollisuus ja ammatillinen käyttäytyminen.

Yhtiömme soveltaa kansainvälistä laadunvalvontastandardia ISQC 1 ja näin ollen ylläpitää kattavaa laadunvalvontajärjestelmää, mukaan lukien eettisten vaatimusten, ammatillisten standardien sekä sovellettaviin säädöksiin ja määräyksiin perustuvien vaatimusten noudattamista koskevat dokumentoidut toimintaperiaatteet ja menettelytavat.

Meidän velvollisuutemme

Meidän velvollisuutenamme on esittää suorittamiemme toimenpiteiden ja hankkimamme evidenssin perusteella lausunto ESEF-tilinpäätöksestä.

Olemme suorittaneet kohtuullisen varmuuden antavan toimeksiantomme kansainvälisen varmennustoimeksiantostandardin (ISAE) 3000 (uudistettu) Muut varmennus-

toimeksiannot kuin menneitä kausia koskevaan taloudelliseen informaatioon kohdistuva tilintarkastus tai yleisluonteinen tarkastus mukaisesti. Kyseinen standardi edellyttää, että suunnittelemme ja suoritamme toimeksiannon hankkiaksemme kohtuullisen varmuuden siitä, onko ESEF-tilinpäätöksessä olennaista ESEF-vaatimusten noudattamatta jättämistä.

ISAE 3000 (uudistettu) mukaiseen kohtuullisen varmuuden antavaan toimeksiantoon kuuluu toimenpiteitä evidenssin hankkimiseksi siitä, onko ESEF-tilinpäätös ESEF-vaatimusten mukainen. Valittavat toimenpiteet perustuvat tilintarkastajan harkintaan, johon kuuluu väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvan olennaisen ESEF-vaatimusten noudattamatta jättämisen riskien arvioiminen. Näitä riskejä arvioidessamme olemme tarkastelleet sisäistä valvontaa, joka on yhtiössä relevanttia ESEF-tilinpäätöksen laatimisen kannalta.

Käsityksemme mukaan olemme hankkineet lausuntomme perustaksi tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa evidenssiä.

Lausunto

Lausuntonamme esitämme, että Alma Media Oyj:n ESEF-tilinpäätös 31.12.2022 päättyneeltä tilikaudelta noudattaa olennaisilta osin ESEF-vaatimuksissa asetettuja vähimmäisvaatimuksia.

Tämä kohtuullisen varmuuden antava varmennusraporttimme on laadittu toimeksiantomme ehtojen mukaisesti. Vastaamme työstämme, tästä raportista ja esittämästämme lausunnosta vain Alma Media Oyj:lle, emme kolmansille osapuolille.

Helsinki 13.3.2023

PricewaterhouseCoopers Oy

Tilintarkastusyhteisö

Niina Vilske

KHT



ALMA

SELVITYS HALLINTO-
JA OHJAUSJÄRJESTELMÄSTÄ

2022

Sisällys

126

Alma Media Oyj:n selvitys
hallinto- ja ohjausjärjestelmästä

127

Alma Media -konserni

128

Alma Media Oyj:n hallitus

135

Osakkeenomistajien
nimitystoimikunta

136

Alma Media Oyj:n
toimitusjohtaja ja johtoryhmä

140

Sisäpiirihallinto

142

Taloudelliseen raportointiin
liittyvät sisäisen valvonnan ja
riskienhallinnan järjestelmät

144

Tilintarkastus

Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä

Alma Media Oyj on vuonna 2022 noudattanut 1.1.2020 voimaantullutta Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia (Corporate Governance 2020) sellaisenaan. Listayhtiöiden hallinnointikoodin edellyttämä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä on annettu erillisenä kertomuksena toimintakertomuksen yhteydessä. Lisäksi se on julkisesti saatavilla Alma Median sivuilta: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallinto.

Alma Median Oyj:n hallituksen tarkastusvaliokunta on käsitellyt selvityksen. Selvitystä ei päivitetä tilikauden kuluessa, mutta sen sisältämien aihealueiden ajantasainen tieto on esitetty Alma Median sivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/.

Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodi on saatavana muun muassa Arvopaperimarkkinayhdistyksen sivuilla: www.cgfinland.fi.



Alma Media -konserni

Alma Media -konsernin liiketoiminnasta vastaavat osakeyhtiölain mukaiset toimitukset: yhtiökokous, joka valitsee hallituksen jäsenet sekä hallituksen valitsema toimitusjohtaja.

Alma Media Oyj:n ylimpänä päättävänä elimenä toimii yhtiökokous, jossa osakkeenomistajat käyttävät päätäntävaltaansa. Hallitus huolehtii yhtiön hallinnosta ja toiminnan asianmukaisesta järjestämisestä. Konsernin emoyhtiönä Alma Media Oyj vastaa konsernin johdosta, lakiasioista, yritysjärjestelyistä, strategisesta suunnittelusta, talous-, henkilöstö- ja tilahallinnosta, rahoituksesta, ICT:stä, sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä sekä Alma-brändistä.

Alma Media -konsernissa on kolme raportointisegmenttiä.

Alma Career-segmentti koostuu rekrytointiliiketoiminnasta ja sitä täydentävistä työnhakuun ja työnantajien tarpeisiin vastaavista palveluista 11 Euroopan maassa.

Alma Consumer -segmenttiin kuuluvat valtakunnallisen Iltalehden lisäksi autoilun ja asumisen markkinapaikat ja vertailupalvelut sekä toimialan yrityksiä palvelevat asunto- ja autokaupan myyntin järjestelmät.

Alma Talent -segmentti julkaisee tilattavia digitaalisia talous- ja ammattimediaa ja tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille digitaalisia data-, sisältö- ja markkinapaikkapalveluita liiketoiminnan kasvattamiseen.

Alma Median yhteismyynti (Alma Media-ratkaisut) on liiketoimintasegmenttien mainostaja-asiakkaita palveleva myynti- ja kehitysorganisaatio.



Alma Media Oyj:n hallitus

Alma Media Oyj:n osakkeenomistajien nimitys-toimikunta valmistelee yhtiökokoukselle ehdotuksen hallituksen kokoonpanosta ja palkitsemisesta. Hallitukseen kuuluu vähintään kolme (3) ja enintään yhdeksän (9) varsinaisen yhtiökokouksen valitsemaa jäsentä. Hallituksen jäsenen toimikausi on yksi (1) vuosi ja se päättyy vaalia seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen päättyessä. Yhtiön toimitusjohtaja ei saa toimia hallituksen puheenjohtajana. Hallituksen jäsenille ei ole erityistä asettamisjärjestystä. Varsinaisen yhtiökokous päättää hallituksen jäsenten palkkioista ja matkakustannusten korvaamisesta.

Hallituksen monimuotoisuuspolitiikassa on määritelty monimuotoisuutta koskevat periaatteet. Periaatteet ovat kokonaisuudessaan luettavissa Alma Median sivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallitus.

Hallituksen monimuotoisuuspolitiikan mukaisesti hallituksella ja sen jäsenillä on oltava ryhmänä riittävä toisiaan täydentävä osaaminen ja kokemus erityisesti yhtiön toimialaan ja liiketoimintaan liittyvistä asioista, julkisesti noteeratun osakeyhtiön johtamisesta, tilinpäätöksistä ja taloudelli-

sesta raportoinnista, sisäisestä valvonnasta ja riskienhallinnasta, strategiasta, yritys-järjestelyistä ja hyvästä hallintotavasta (Corporate Governance).

Hallituksen jäsenten tulee edustaa monipuolista osaamista ja pätevyyttä ja sen jäsenten ikä- ja sukupuolijakauma, koulutuksellinen ja ammatillinen tausta sekä kokemus kansainvälisestä liiketoiminnasta tulee monimuotoisuudellaan tukea yhtiön liiketoimintaa ja sen kehitysvaihetta. Hallituksen jäsenellä tulee olla tehtävän edellyttämä pätevyys ja mahdollisuus käyttää riittävästi aikaa tehtävän hoitamiseen. Hallituksen jäsenten lukumäärän ja hallituskokoonpanon on mahdollistettava hallituksen tehtävien tehokas hoitaminen. Hallituksessa on oltava molempia sukupuolia.

Hallituksen kokoonpano ja osakeomistus

Vuoden 2022 varsinaisessa yhtiökokouksessa hallituksen jäseniksi valittiin seuraavat henkilöt:

Catharina Stackelberg-Hammarén, Eero Broman, Heikki Herlin, Peter Immonen, Esa Lager, Alexander Lindholm, Petri Niemisvirta ja Kaisa Salakka. Hallituksen puheenjohtajana toimi **Catharina Stackelberg-Hammarén** ja varapuheenjohtajana **Eero Broman**.



Catharina Stackelberg-Hammarén

Hallituksen puheenjohtaja
Syntynyt: 1970
Kauppatieteiden maisteri
Suomen kansalainen

Senior Advisor Marketing Clinic Oy
Hallituksen jäsen vuodesta 2009,
nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsen

Keskeinen työkokemus

- Marketing Clinic Oy: päätoiminen hallituksen puheenjohtaja 2019–2022
- Marketing Clinic Oy: toimitusjohtaja, 2004–2019
- Coca-Cola Finland: toimitusjohtaja 2003–2004 ja 2000–2002
- Coca-Cola AB: toimitusjohtaja 2002–2003
- Coca-Cola Nordic & Baltic Division: markkinointijohtaja (Kööpenhamina) 2000
- Coca-Cola Finland: kuluttajamarkkinoinnin päällikkö 1996–2000
- Sentra plc: markkinointipäällikkö, 1994–1996

Keskeisimmät luottamustoimet

- Marimekko Oy: hallituksen jäsen 2014–2022
- Marketing Clinic Oy: hallituksen jäsen 2004–
- Royal Unibrew A/S: hallituksen jäsen 2019–
- Kojamo Oy: hallituksen jäsen 2021–
- Purmo Group Oy: hallituksen jäsen 2021–
- Knowit Insight Oy: hallituksen jäsen 2022–

Riippumaton yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista

Osakeomistus 31.12.2022

28 535 Alma Media Oyj:n osaketta



Jorma Ollila

Syntynyt: 1950
VTM, M.Sc. (Econ), DI
Suomen kansalainen

Hallituksen puheenjohtaja 29.3.2022 saakka

Hallituksen jäsen 2019–2022,
nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsen 29.3.2022 saakka

Keskeinen työkokemus

- Nokia Oyj: hallituksen puheenjohtaja ja pääjohtaja sekä johtokunnan puheenjohtaja 1999–2006
- Nokia Oyj: toimitusjohtaja ja johtokunnan puheenjohtaja 1992–1999
- Nokia Mobile Phones: toimitusjohtaja 1990–1992
- Nokia Oyj: rahoitusjohtaja 1986–1989

Keskeisimmät luottamustoimet

- TBG AG: hallituksen jäsen 2016–
- Perella Weinberg Partners Inc.: hallituksen jäsen 2014–
- Miltton Group Oy: hallituksen puheenjohtaja 2015–
- Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra: hallituksen jäsen 2020–
- Algorithmiq Inc.: hallituksen puheenjohtaja 2021–

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 29.3.2022

20 448 Alma Media Oyj:n osaketta



Eero Broman

Syntynyt 1963
Kauppatieteiden maisteri
Suomen kansalainen

Broman Yhtiöt Oy:n toimitusjohtaja
Hallituksen varapuheenjohtaja, hallituksen jäsen vuodesta 2022,
tarkastusvaliokunnan jäsen

Keskeinen työkokemus

- Broman Yhtiöt Oy: toimitusjohtaja 2019–
- Motonet Oy: toimitusjohtaja 2007–2016
- Broman Group Oy: hallintojohtaja 1987–1995
- Broman Group Oy: varatoimitusjohtaja 1995–2016

Keskeisimmät luottamustoimet

- Broman Group Oy: hallituksen varapuheenjohtaja 2022–, hallituksen puheenjohtaja 2013–2021, hallituksen jäsen 1987–
- Motonet Oy: hallituksen jäsen 2007–
- Suomalainen Kirjakauppa Oy: hallituksen jäsen 2013–
- Eventio Group Oy: hallituksen puheenjohtaja 2019–
- Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Varma: hallintoneuvoston jäsen 2018–

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 31.12.2022

367 071 Alma Media Oyj:n osaketta



Heikki Herlin

Syntynyt: 1990
Valtiotieteiden ylioppilas
Suomen kansalainen

Mariatorp Oy:n hallituksen puheenjohtaja
Hallituksen jäsen vuodesta 2022,
tarkastusvaliokunnan jäsen

Keskeinen työkokemus

- Mariatorp Oy: toimitusjohtaja, hallituksen puheenjohtaja 2017–
- Freelancer: leikkaaja, tuottaja 2015–2017

Keskeisimmät luottamustoimet

- Yellow Film & TV: hallituksen jäsen 2018–
- Kustannusosakeyhtiö Teos: hallituksen jäsen 2018–
- Riikka Herlinin säätiö: hallituksen puheenjohtaja, jäsen 2018–

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 31.12.2022

15 030 Alma Media Oyj:n osaketta, Mariatorp Oy:n kautta

15 675 473 Alma Media Oyj:n osaketta



Peter Immonen

Syntynyt: 1959
Kauppatieteiden maisteri
Suomen kansalainen

WIP Asset Management Oy, hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2005

Hallituksen jäsen vuodesta 2018,
nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan puheenjohtaja

Keskeinen työkokemus

- WIP Asset Management Oy: hallituksen puheenjohtaja 1995–2001 ja 2005–, toimitusjohtaja 2002–2005

Keskeiset luottamustoimet

- Mariatorp Oy: hallituksen jäsen 2015–
- Wipunen varainhallinta Oy: hallituksen jäsen 2005–
- Dasos Capital Oy: hallituksen jäsen 2010–
- Finsilva Oyj: hallituksen jäsen 2015–
- Stiftelsen Svenska Handelshögskolan: hallituksen jäsen 2019–

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 31.12.2022

5 625 Alma Media Oyj:n osaketta



Esa Lager

Syntynyt: 1959
Oikeustieteen kandidaatti,
kauppatieteiden maisteri
Suomen kansalainen

Hallituksen jäsen vuodesta 2014,
tarkastusvaliokunnan puheenjohtaja

Keskeinen työkokemus

- Outokumpu Oyj: toimitusjohtajan sijainen 2011–2013
- Outokumpu Oyj: talous- ja rahoitusjohtaja (CFO) 2005–2013
- Outokumpu Oyj: rahoitus- ja hallintojohtaja 2001–2004, rahoitusjohtaja 1995–2000, apulaisjohtaja 1991–1994
- Kansallis-Osake-Pankki: eri asiantuntija- ja päällikkötehtävissä pääkonttorin ulkomaantoiminnoissa ja Lontoon sivukonttorissa 1984–1990

Keskeisimmät luottamustoimet

- Stockmann Oyj: hallituksen jäsen 2017–2022
- SATO Oyj: hallituksen jäsen 2016–, hallituksen puheenjohtaja 2015–2016, hallituksen varapuheenjohtaja 2014–2015
- Ilkka Oyj: hallituksen jäsen 2011–, hallituksen varapuheenjohtaja 2014–
- GRK Infra Oy: hallituksen jäsen 2020–

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 31.12.2022

19 450 Alma Media Oyj:n osaketta



Alexander Lindholm

Syntynyt: 1969
BBA
Suomen kansalainen

Otava-konserni, toimitusjohtaja vuodesta 2010
Hallituksen jäsen vuodesta 2018,
nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsen

Keskeinen työkokemus

- Yhtyneet Kuvalehdet / Otavamedia: toimitusjohtaja 2008–2012
- Yhtyneet Kuvalehdet: julkaisujohtaja 2005–2007
- Yhtyneet Kuvalehdet: mediamyyntijohtaja 2001–2004

Keskeiset luottamustoimet

- Otava Oy: hallituksen jäsen 2008–
- Yhtyneet Kuvalehdet Oy/Otavamedia Oy: hallituksen jäsen/puheenjohtaja 2008–
- Kustannusosakeyhtiö Otava: hallituksen puheenjohtaja 2010–
- Suomalainen Kirjakauppa Oy: hallituksen puheenjohtaja 2011–
- Kirjavälitys Oy: hallituksen puheenjohtaja 2013–

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 31.12.2022

5 625 Alma Media Oyj:n osaketta



Petri Niemisvirta

Syntynyt: 1970
Oikeustieteen kandidaatti
Suomen kansalainen

Sampo-konsernin johtoryhmän jäsen, Mandatum Holding Oy:n ja Mandatum Henkivakuutusosakeyhtiön toimitusjohtaja
Hallituksen jäsen vuodesta 2011, puheenjohtaja 2018, varapuheenjohtaja 2011–2018 ja 2019–2022, tarkastusvaliokunnan jäsen

Keskeinen työkokemus

- Evli Life Oy: toimitusjohtaja 2000–2001
- Vakuutusosakeyhtiö Henki-Sampo: tuotepäällikkö (unit linked -vakuutukset), 1999–2000
- Keskinäinen Vakuutusyhtiö Kaleva/Vakuutusosakeyhtiö Henki-Sampo: Henkivakuutusten myyntipäällikkö, 1995–1999

Keskeisimmät luottamustoimet

- Topdanmark A/S: hallituksen jäsen 2017–
- Mandatum Life: hallituksen jäsen 2019–
- Keskinäinen vakuutusyhtiö Kaleva: hallituksen puheenjohtaja 2014–, hallituksen jäsen 2013–
- Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma: hallituksen puheenjohtaja 2014–, hallituksen jäsen 2013–
- Finanssiala ry: hallituksen jäsen 2019–, henkivakuutuksen johtokunnan puheenjohtaja 2019–, jäsen 2017–2018, puheenjohtaja 2015–2016, jäsen 2011–2014, puheenjohtaja 2007–2010
- Elinkeinoelämän keskusliitto, talous- ja verovaliokunta: jäsen 2017–, puheenjohtaja 2015–2016
- Enento Group, nimitystoimikunnan puheenjohtaja 2019–
- Mandatum Omaisuuksienhoito Oy: hallituksen varapuheenjohtaja 2021–
- Precordior Oy: hallituksen jäsen 2021–
- Midaxo Oy: hallituksen jäsen 2022–

Riippumaton yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista

Osakeomistus 31.12.2022

26 756 Alma Media Oy:n osaketta



Kaisa Salakka

Syntynyt: 1979
Kauppatieteiden maisteri
Suomen kansalainen

Wolt Enterprises Oy:n kuluttajatuotteen johtaja
Hallituksen jäsen vuodesta 2022, tarkastusvaliokunnan jäsen

Keskeinen työkokemus

- Wolt: johtaja, tuotejohtaminen 2022–
- Unity: johtaja, innovaatio- ja tutkimusyksikkö 2020–2022
- Unity: johtaja, tuotejohtaminen 2016–2020
- Unity: vanhempi tuotepäällikkö 2015–2016
- Omnia: johtaja, tuotejohtaminen 2015–2015 ja johtaja, data-analytiikka 2014–2014
- Comptel: tuotejohtaja, 2013–2014 ja johtaja, analytiikan tekninen myynti 2012–2012
- Xtract: johtaja, asiantuntijapalvelut, 2006–2012 ja projektipäällikkö 2005–2006

Keskeisimmät luottamustoimet

- Suomen Startup-yhteisö: hallituksen jäsen: 2021–2022
- Remedy Entertainment: hallituksen jäsen 2022–
- Hive Helsinki: hallintoneuvoston jäsen 2022–

Riippumaton yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista

Osakeomistus 31.12.2022

1 320 Alma Media Oy:n osaketta

Hallituksen jäsenillä on velvollisuus toimittaa hallitukselle tarvittavat tiedot pätevyytensä ja riippumattomuutensa arvioimiseksi. Hallitukseen valitut henkilöt on hallituksen toimesta arvioitu Eero Broman, Heikki Herliniä, Peter Immosta, Esa Lageria, Alexander Lindholmia ja Jorma Ollilaa lukuun ottamatta riippumattomiksi yhtiöstä, mutta riippuvaisiksi sen merkittävistä osakkeenomistajista. Hallituksen jäsenet on arvioitu olevan riippuvaisia merkittävistä osakkeenomistajista seuraavin perustein. 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). 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 Jorma Ollila on toiminut vuoteen 2019 saakka yhtäjaksoisesti Otava Oy:n hallituksen jäsenenä yli 10 vuotta (hallinnointikoodin suositus 10 alakohta j:n mukainen suhde merkittävään osakkeenomistajaan).

Kuvaus hallituksen toiminnasta

Hallitus huolehtii konsernin hallinnosta ja toiminnan asianmukaisesta järjestämisestä. Hallitus vastaa sille osakeyhtiölaisissa ja yhtiöjärjestyksessä määritellyistä tehtävistä. Hallituksen työjärjestys määrittelee yksityiskohtaisesti hallituksen toiminnan. Hallituksen keskeisiä tehtäviä ovat konsernin strategian ja tavoitteiden vahvistaminen sekä strategisesti merkittävistä investoinneista ja yrityskaupoista päättäminen. Hallitus seuraa yhtiötä kuukausiraporttien ja johdon toimittaman muun informaation avulla. Yhtiö huolehtii, että kaikki hallituksen jäsenet saavat riittävät tiedot Alma Median toiminnasta, toimintaympäristöstä ja taloudellisesta asemasta. Uudet hallituksen jäsenet perehdytetään Alma Median toimintaan.

Hallituksen tehtäviin kuuluu muun muassa:

- vahvistaa konsernin strategia ja tavoitteet, seurata tavoitteiden ja strategian toteutumista sekä käynnistää tarvittaessa toimenpiteitä poikkeamien korjaamiseksi,
- käsitellä ja hyväksyä osavuositarkastukset ja tilinpäätös,
- hyväksyä strategisesti merkittävät yritys- ja kiinteistökaupat sekä investoinnit erillisen investointiohjeen mukaisesti,

- päättää Alma Media Oy -konsernin varainhankintaohjelmista ja -operaatioista erillisen rahoituspolitiikan mukaisesti,
- hyväksyä Alma Media Oy:n osingonjakopolitiikka ja tehdä yhtiökokoukselle ehdotus osingon jakamisesta,
- läpikäydä vuosittain yhtiön toimintaan liittyvät keskeiset riskit ja niiden hallinta sekä antaa tarvittaessa niitä koskevia ohjeita toimitusjohtajalle sekä käynnistää tarvittaessa korjaustoimenpiteet,
- hyväksyä tilintarkastajan tarjoamien muiden kuin tilintarkastuspalvelujen etukäteishyväksynnän periaatteet,
- nimittää ja tarvittaessa vapauttaa tehtävästään toimitusjohtaja,
- päättää nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan esityksestä toimitusjohtajan ja konsernin johtoryhmään kuuluvien johtajien toimitusjohtajan ehdotuksesta yhtiön organisaatio,
- vahvistaa toimitusjohtajan ehdotuksesta toimitusjohtajan suorien alaisten työehdot,
- vahvistaa toimitusjohtajan ehdotuksesta liikevaihdoltaan ja levikiltään merkittävien sanomalehtien ja aikakauslehtien vastaavien päätoimittajien nimittäminen ja erottaminen,
- pitää vähintään kerran vuodessa yhteinen kokous yhtiön tilintarkastajan kanssa,

- päättää epätavalliset ja laajakantoiset asiat,
- päättää sellaisista lähipiiritoimista, jotka eivät kuulu yhtiön tavanomaiseen toimintaan tai tehdään poiketen tavanomaisista kaupallisista ehdoista,
- käsitellä muut asiat, jotka hallituksen puheenjohtaja ja toimitusjohtaja ovat sopineet otettavaksi hallituksen kokouksen esityslistalle. Myös hallituksen jäsenellä on oikeus saattaa asia hallituksen käsiteltäväksi ilmoittamalla siitä hallituksen puheenjohtajalle,
- edustaa yhtiötä sekä antaa oikeus yhtiön edustamiseen ja päättää prokuroista,
- hyväksyä periaatteet lahjoituksille yleishyödyllisiin tarkoituksiin.

Hallituksen työjärjestys on kokonaisuudessaan luettavissa Alma Median sivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallitus

Hallitus kokoontuu etukäteen vahvistetun aikataulun mukaan noin 12 kertaa vuodessa ja sen lisäksi tarvittaessa. Useimmat kokoukset ajoittuvat tilinpäätöksen ja osavuositarkastusten julkistamisen yhteyteen. Osa kokouksista painottuu strategiaan, ja näissä kokouksissa käsitellään konsernin tulevaisuuden skenaarioita ja vahvistetaan strategia

kullekin strategiajaksolle. Vuonna 2022 hallitus kokoontui 10 kertaa. Jäsenkohtainen osallistuminen ilmenee seuraavasta taulukosta:

Hallituksen toiminnan arviointi

Hallitus on vuonna 2022 arvioinut toimintaansa ja työskentelytapojaan käyttämällä sisäistä itsearviointia.

Nimi	Rooli	Läsnäolo hallituksen kokouksissa
Catharina Stackelberg-Hammarén	puheenjohtaja 29.3.2022 alk.	10/10
Jorma Ollila	puheenjohtaja 29.3.2022 saakka	2/2
Eero Broman	varapuheenjohtaja 29.3.2022 alk.	8/8
Heikki Herlin	jäsen 29.3.2022 alk.	8/8
Peter Immonen	jäsen	10/10
Esa Lager	jäsen	10/10
Alexander Lindholm	jäsen	10/10
Petri Niemisvirta	jäsen, varapuheenjohtaja 29.3.2022 saakka	10/10
Kaisa Salakka	jäsen 29.3.2022 alk.	8/8

Hallituksen valiokunnat

Alma Media Oyj:n hallitus on asettanut kaksi valiokuntaa: tarkastusvaliokunnan sekä nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan. Hallitus valitsee varsinaisen yhtiökokouksen jälkeen pidettävässä hallituksen järjestäytymiskokouksessa keskuudestaan valiokuntien jäsenet. Hallitus vahvistaa valiokunnille kirjallisen työjärjestyksen. Valiokunnat raportoivat toiminnastaan hallitukselle.

Tarkastusvaliokunta

Tarkastusvaliokunnan jäsenillä on oltava valiokunnan tehtäväalueen edellyttämä asiantuntemus ja kokemus, ja vähintään yhdellä jäsenellä tulee olla asiantuntemusta erityisesti laskentatoimen tai kirjanpidon taikka tarkastuksen alalla. Tarkastusvaliokunnalla tulee kokonaisuutena olla riittävä asiantuntemus ja kokemus tarkastusvaliokunnan tehtäviin kuuluvista asioista ja siitä toimintaympäristöstä, jossa yhtiö toimii. Hallitus valitsee varsinaisen yhtiökokouksen jälkeen pidettävässä järjestäytymiskokouksessa keskuudestaan vähintään kolme tarkas-

tusvaliokunnan jäsentä, jotka valitsevat valiokunnalle puheenjohtajan. Tarkastusvaliokunta kokoontuu vähintään neljä kertaa vuodessa.

Tarkastusvaliokuntaan kuuluivat 29.3.2022 alkaen **Esa Lager, Eero Broman, Heikki Herlin, Petri Niemisvirta ja Kaisa Salakka**. Puheenjohtajana toimi **Esa Lager**. Tarkastusvaliokunnan kokouksissa ovat läsnä tilintarkastaja, konsernin talous- ja rahoitusjohtaja ja lakiasiainjohdaja. Asiat esittelee konsernin talous- ja rahoitusjohtaja.

Hallitus on asettanut tarkastusvaliokunnan seuraamaan yhtiön sisäisiä valvontajärjestelmiä. Tarkastusvaliokunnan tehtävänä on muun muassa lakien ja määräysten noudattamisen arviointi, taloudellisen raportointiprosessin ja tilinpäätösraportoinnin ml. tilinpäätösstandardien noudattamisen arviointi ja seuraaminen, tilintarkastuksen prosessin seuranta, hyväksyä yhtiön hallituksen vahvistamien periaatteiden mukaisesti itse tai valtuuttaa tarkastus-

valiokunnan puheenjohtaja etukäteen hyväksymään kaikki tilintarkastajan tarjoamat muut kuin tilintarkastuspalvelut, jotka eivät ole kiellettyjä palveluja, mukaan lukien niiden kattama alue ja niistä maksettavat arvioidut palkkiot; sekä merkittävien taloudellisten, rahoitus- ja veroriskien seuranta sekä yhtiön taloudellisen tilan, rahoitustilanteen ja verotuksellisen aseman seuranta. Tarkastusvaliokunnan tulee käsitellä yhtiön keskeiset hyväksymis- ja toimintaohjeet mm. investointien ja rahoituksen osalta. Tarkastusvaliokunnan tehtäviin kuuluu myös seurata IT-turvallisuuteen liittyviä prosesseja ja riskejä sekä käsitellä yhtiön

eettisen raportoinnin, Whistleblow-kanavan, kautta tulevat viestit. Valiokunnan tulee myös seurata ja arvioida tilintarkastajan riippumattomuutta ja erityisesti tämän harjoittamaa muiden kuin tilintarkastuspalveluiden tarjoamista.

Tarkastusvaliokunnan työjärjestys on kokonaisuudessaan luettavissa Alma Median sivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallitus

Tarkastusvaliokunta kokoontui viisi kertaa vuonna 2022. Jäsenkohtainen osallistuminen kokouksiin ilmenee alla olevasta taulukosta.

Nimi	Rooli	Läsnäolo tarkastusvaliokunnan kokouksissa
Esa Lager	puheenjohtaja	5/5
Alexander Lindholm	jäsen 29.3.2022 saakka	1/1
Heikki Herlin	jäsen 29.3.2022 alk.	4/4
Petri Niemisvirta	jäsen 29.3.2022 saakka	1/1
Kaisa Salakka	jäsen 29.3.2022 alk.	4/4

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunta

Hallitus valitsee varsinaisen yhtiökokouksen jälkeen pidettävässä järjestäytymiskokouksessa keskuudestaan nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsenet. Nimitys- ja palkitsemisvaliokuntaan kuuluu vähintään kolme jäsentä, jotka valitsevat valiokunnalle puheenjohtajan. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin 29.3.2022:

Peter Immonen, Alexander Lindholm ja Catharina Stackelberg-Hammarén.
Puheenjohtajana toimi **Peter Immonen.**

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan keskeisimpänä tehtävänä on valmistella hallitukselle sen tehtäviin kuuluvat

nimityksiä, palkkausta, palkitsemista ja hallituksen itsearviointia sekä hyvän hallintotavan kehittämistä koskevat asiat. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnassa palkkausta koskevat asiat esittelee toimitusjohtaja.

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan työjärjestys on kokonaisuudessaan luettavana Alma Median sivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallitus

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunta kokoontui kaksi kertaa vuonna 2022 käsittelemään työjärjestyksensä mukaisia asioita. Jäsenkohtainen osallistuminen kokouksiin ilmenee alla olevasta taulukosta.

Nimi	Rooli	Läsnäolo nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan kokouksissa
Peter Immonen	puheenjohtaja	2/2
Alexander Lindholm	jäsen 29.3.2022 alk.	1/1
Jorma Ollila	jäsen 29.3.2022 saakka	1/1
Catharina Stackelberg-Hammarén	jäsen	2/2

Osakkeenomistajien nimitystoimikunta

Nimitystoimikunnan tehtävänä on valmistella hallituksen jäsenten valintaan ja palkitsemiseen liittyvät ehdotukset varsinaiselle yhtiökokoukselle.

Osakkeenomistajien nimitystoimikunta koostuu neljästä Alma Median suurimman osakkeenomistajan nimeämästä jäsenestä, jotka valitsevat keskuudestaan puheenjohtajan.

Tarkempia tietoja Alma Median osakkeenomistajien nimitystoimikunnan jäsenistä vuodelta 2022 on esitetty taulukossa.

Nimitystoimikunta on kokoontunut kaksi kertaa toimintakautensa 2022–2023 aikana: marraskuussa 2022 sekä tammikuussa 2023. Kaikki nimitystoimikunnan jäsenet osallistuivat molempiin kokouksiin.

Nimitystoimikunta antoi 24.1.2023 ehdotuksensa 4.4.2023 pidettävää varsinaista yhtiökokousta varten.

Nimi	Rooli
Henrik Ehrnrooth Syntynyt: 1954, MMK, Diplomiekonomi Hallituksen puheenjohtaja Otava Oy hallituksen jäsen AFRY AB (publ) Osakeomistus 31.12.2022: 0 Alma Media Oyj:n osaketta	Puheenjohtaja
Timo Aukia Syntynyt: 1973, KTM Toimitusjohtaja Timo Aukia Oy & Jaakko Aukia Oy Osakeomistus 31.12.2022: 5 246 Alma Media Oyj:n osaketta	Jäsen
Peter Immonen Syntynyt: 1959, KTM Hallituksen puheenjohtaja, WIP Asset Management, Mariatorp Oy:n hallituksen jäsen Osakeomistus 31.12.2022 5 625 Alma Media Oyj:n osaketta	Jäsen
Timo Sallinen Syntynyt: 1970, KTM Sijoitusjohtaja, listatut arvopaperit, Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma Osakeomistus 31.12.2022 0 Alma Media Oyj:n osaketta	Jäsen
Catharina Stackelberg-Hammarén Syntynyt: 1970, KTM Senior Advisor, Marketing Clinic Oy Alma Median hallituksen puheenjohtaja, Hallituksen jäsen vuodesta 2009, nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsen Osakeomistus 31.12.2022 28 535 Alma Media Oyj:n osaketta	Asiantuntijajäsen kaudella 2022–2023
Jorma Ollila Syntynyt: 1950, VTM, M.Sc. (Econ), DI Hallituksen puheenjohtaja ja nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsen 29.3.2022 saakka Osakeomistus 29.3.2022 20 448 Alma Media Oyj:n osaketta	Asiantuntijajäsen kaudella 2021–2022

Alma Media Oyj:n toimitusjohtaja ja johtoryhmä

Alma Media Oyj:n toimitusjohtaja on kauppatieteiden maisteri Kai Telanne (s. 1964). Toimitusjohtaja hoitaa yhtiön juoksevaa hallintoa hallituksen antamien ohjeiden ja määräysten mukaisesti. Toimitusjohtaja vastaa siitä, että yhtiön kirjanpito on lain mukainen ja varainhoito luotettavalla tavalla järjestetty. Toimitusjohtajan on annettava hallitukselle ja sen jäsenelle tiedot, jotka ovat tarpeen hallituksen tehtävien hoitamiseksi.

Toimitusjohtaja saa ryhtyä yhtiön toiminnan laajuus ja laatu huomioon ottaen epätavallisiin tai laajakantoisiin toimiin vain, jos hallitus on hänet siihen valtuuttanut tai hallituksen päätöstä ei voida odottaa aiheuttamatta yhtiön toiminnalle olennaista haittaa. Viimeksi mainitussa tapauksessa hallitukselle on mahdollisimman pian annettava tieto toimista.

Toimitusjohtaja Kai Telanteen tukena on johtoryhmä, johon kuuluivat vuonna 2022 Alma Consumerin johtaja Kari Kivelä, Alma Careerin johtaja Vesa-Pekka Kirsi, Alma Talentin johtaja Juha-Petri Loimovuori, Alma Mediaratkaisujen johtaja Tiina Kurki, CDO Santtu Elsinen, henkilöstöjohtaja Virpi Juvonen, laki-asiainjohtaja Mikko Korttila, viestintä- ja brändijohtaja Elina Kukkonen sekä talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen. Kukin johtoryhmän jäsen toimii vuorollaan konsernin johtoryhmän sihteerinä.

Johtoryhmä muun muassa valmistelee kuukausiraportit, investoinnit, konserniohjeet ja -politiikat, strategian ja muut pitkän tähtäimen suunnitelmat ja 12 seuraavaa kuukautta koskevat toimintasuunnitelmat sekä tilinpäätöksen hallituksen päätettäväksi. Vuonna 2022 johtoryhmä kokoontui 23 kertaa.



Kai Telanne

Syntynyt: 1964
Kauppatieteiden maisteri

Toimitusjohtaja, johtoryhmän puheenjohtaja

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2005
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2005

Keskeinen työkokemus

- Kustannus Oy Aamulehti: toimitusjohtaja, 2001–2005
- Kustannus Oy Aamulehti: varatoimitusjohtaja 2000–2001
- Kustannus Oy Aamulehti: markkinointijohtaja 1999–2000
- Suomen Paikallissanomat Oy: markkinointijohtaja 1996–1999
- Kustannus Oy Aamulehti: markkinoinnin suunnittelu-päällikkö 1993–1996
- Kustannus Oy Aamulehti: myyntipäällikkö 1991–1993
- Kustannus Oy Aamulehti: tutkimuspäällikkö 1990–1991
- Nokian Paperi Oy: tuotepäällikkö 1989–1990

Keskeisimmät luottamustoimet

- Teleste Oyj: hallituksen jäsen 2008–
- Tampereen kauppakamari: hallituksen jäsen 2018–

Osakeomistus 31.12.2022

216 155 Alma Media Oyj:n osaketta



Santtu Elsinen

Syntynyt: 1972
Kauppätieteiden ylioppilas

Chief Digital Officer (CDO)

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2016
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2016

Keskeinen työkokemus

- Talentum Oyj: kehitysjohtaja, laajennetun johtoryhmän jäsen 2012–2016
- Trainers' House Oyj: kehitysjohtaja, johtoryhmän jäsen 2011–2012
- Satama Interactive Oyj: johtaja, liiketoiminnan kehitys 2005–2010
- Quartal Oy: hallituksen puheenjohtaja 2000–, toimitusjohtaja 2011–, kehitysjohtaja 1998–2005, Creative Director 1997–1998
- Kauppamainos Bozell Oy: johtaja, digitaalinen media, 1997
- Asiantuntijatehtäviä mainostomistoissa ja mediassa, 1994–1996

Keskeiset luottamustoimet

- Media-alan tutkimussäätiö: hallituksen jäsen 2016–2022
- Digia Oyj: hallituksen jäsen 2018–
- Medialiitto: teknologiaryhmän puheenjohtaja 2019–
- Suomen Tunnistautumisosuuskunta: hallituksen puheenjohtaja 2021–

Osakeomistus 31.12.2022

29 465 Alma Media Oyj:n osaketta ja Winterfell Capital Oy:n kautta 10 100 Alma Media Oyj:n osaketta



Virpi Juvonen

Syntynyt: 1963
Valtiotieteiden maisteri

Henkilöstöjohtaja

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2013
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2012

Keskeinen työkokemus

- Alma Media Oyj: vt. henkilöstöjohtaja joulukuu 2012–huhtikuu 2013
- Alma Media Oyj: markkinapaikat-liiketoimintayksikön henkilöstöpäällikkö 2011–2012
- Kustannusosakeyhtiö Iltalehti: henkilöstöpäällikkö 2007–2011
- Elisa Oyj: henkilöstöpäällikkö 2004–2007
- Oy Radiolinja Ab: henkilöstöpäällikkö 2002–2004

Keskeisimmät luottamustoimet

- Finla Työterveys Oy: hallituksen jäsen 2017–

Osakeomistus 31.12.2022

43 812 Alma Media Oyj:n osaketta



Vesa-Pekka Kirsi

Syntynyt: 1969
BA

Johtaja, Alma Career

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2021
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2019

Keskeinen työkokemus

- Fonecta Ltd.: B2B-liiketoimintojen johtaja ja johtoryhmän jäsen 2016–2019, Fonecta Markets, johtaja ja johtoryhmän jäsen 2011–2016
- Openbit Oy/Tanla Solutions Ltd.: myyntijohtaja 2008–2011
- Nokia Corporation: johtaja Nokia Games Publishing 2004–2007, osastonjohtaja Forum Nokian pelisovellus-yksikössä 2002–2004
- Riot Entertainment Ltd: tuotekehitys- ja pelien julkaisusta vastaava johtaja 2000–2002
- Hewlett-Packard Oy: ohjelmapäällikkö 1998–2000
- Dava Ltd: tuotemarkkinointipäällikkö 1996–1998

Keskeisimmät luottamustoimet

- Salama BidCo Oy: hallituksen jäsen 2022–
- Salama TopCo Oy: hallituksen jäsen 2022–

Osakeomistus 31.12.2022

6 600 Alma Media Oyj:n osaketta



Tiina Kurki

Syntynyt: 1970
Kauppatieteiden maisteri

Johtaja, Alma Mediaratkaisut

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2015
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2017

Keskeinen työkokemus

- Alma Media Oyj: johtaja, Alma Mediaratkaisut 2015–
- Kauppalehti Oy: myynti- ja markkinointijohtaja 2013–2015
- Iltalehti Oy: myynti- ja markkinointijohtaja 2008–2013
- Iltalehti Oy: asiakkuusjohtaja 2006–2008
- Iltalehti Oy: myyntipäällikkö 2004–2006

Keskeiset luottamustoimet

- Aikakausmedia ry: hallituksen jäsen 2018–2022

Osakeomistus 31.12.2022

49 772 Alma Media Oyj:n osaketta



Kari Kivelä

Syntynyt: 1959
Yhteiskuntatieteiden
kandidaatti, MBA

Johtaja, Alma Consumer

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2018
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2005

Keskeinen työkokemus

- Johtaja, Alma News & Life 2016–2017
- Iltalehden kustantaja ja vastaava päätoimittaja 2005–2017
- Startel Oy: toimitusjohtaja 2002–2004
- Saunalahti Group Oyj: varatoimitusjohtaja 2000–2002
- Uutislehti 100 Oy, City-lehti: toimitusjohtaja 1997–2000
- City-lehti: päätoimittaja 1986–1997

Keskeisimmät luottamustoimet

–

Osakeomistus 31.12.2022

82 096 Alma Media Oyj:n osaketta



Mikko Korttila

Syntynyt: 1962
Oikeustieteen kandidaatti,
varatuomari, eMBA

Lakiasiaintoimittaja, lakiasiat, yritysjohtajien ja yrittäjien neuvottelu

Alma Media Oyj:n hallituksen sihteeri
Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2007
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2008

Keskeinen työkokemus

- Raisio Oyj: lakiasiaintoimittaja, johtoryhmän jäsen 2003–2007
- Raisio Oyj: henkilöstö- ja lakiasiaintoimittaja,
johtoryhmän jäsen 2001–2003
- Raisio Oyj: Legal Counsel, Chemicals- ja
Benecol-divisioonat 1997–2001
- Asianajaja 1990–1997

Keskeisimmät luottamustoimet

- Listayhtiöiden neuvottelukunnan puheenjohtaja,
jäsen 2008–
- Kansainvälinen kauppakamari, Suomen osasto,
eräiden valmistusyritysten jäsen 2006–
- Arvopaperimarkkinayhdistyksen ostotarjouslautakunnan
jäsen 2019–

Osakeomistus 31.12.2022

56 135 Alma Media Oyj:n osaketta



Elina Kukkonen

Syntynyt: 1970
Doctor of Business
Administration DBA (KTT)

Viestintä- ja brändijohtaja

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2017
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2017

Keskeinen työkokemus

- Alma Media Oyj: markkinointijohtaja, Alma Mediaratkaisut 2015–2018
- Kauppalehti Oyj: markkinointipäällikkö 2006–2015
- Gant / Profashion Oyj: tuotepäällikkö 2006
- C More Entertainment / Canal+, Ruotsi: markkinointipäällikkö 2006
- Kustannus Oyj Aamulehti: markkinointipäällikkö 2003–2006
- Kustannus Oyj Aamulehti: asiantuntijatehtäviä 1999–2003

Keskeisimmät luottamustoimet

- Media-alan tutkimussäätiö: työvaliokunnan jäsen 2019–, hallituksen varapuheenjohtaja 2022–

Osakeomistus 31.12.2022

21 023 Alma Media Oyj:n osaketta



Juha-Petri Loimovuori

Syntynyt: 1964
Kauppatieteiden maisteri

Toimitusjohtaja, Alma Talent Oy

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2016
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2006

Keskeinen työkokemus

- Alma Media Oyj: Kauppalehti-ryhmän johtaja 2006–2015
- Alma Media: johtaja, mediamarkkinointi 2004–2006
- Kustannus Oyj Aamulehti: Johtaja, mediamarkkinointi 2002–2006

Keskeisimmät luottamustoimet

- Medialiitto: hallituksen jäsen, työelämävaliokunnan puheenjohtaja 2017–

Osakeomistus 31.12.2022

87 619 Alma Media Oyj:n osaketta



Juha Nuutinen

Syntynyt: 1972
Ekonomi, kauppatieteiden
maisteri

Talous- ja rahoitusjohtaja

Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2012
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2012

Keskeinen työkokemus

- Suomen Yliopistokiinteistöt Oyj: talous- ja hallintojohtaja sekä johtoryhmän jäsen 2009–2012
- Alma Media Oyj: konsernin talouspäällikkö 2005–2009
- IF Vahinkovakuutusyhtiö Oyj: talouspäällikkö, 2003–2005
- KPMG Oyj: tilintarkastaja, KHT-tilintarkastaja (12/2000 alkaen) 1996–2003

Keskeisimmät luottamustoimet

–

Osakeomistus 31.12.2022

60 092 Alma Media Oyj:n osaketta

Sisäpiirihallinto

Alma Median Oyj:n hallitus on vahvistanut nykyisen Alma Media konsernissa noudatettavan sisäpiiriohjeen 29.3.2022. Sisäpiiriohje perustuu markkinoiden väärinkäyttöasetukseen, Euroopan komission 2 -tason sääntelyyn sekä Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen (ESMA) antamiin sääntöihin ja ohjeisiin ja täydentää NASDAQ Helsinki Oy:n sisäpiiriohjeen, rikoslain 51 luvun, arvopaperimarkkinalain sekä Finanssivalvonnan kulloinkin voimassa olevia säännöksiä ja ohjeita sisäpiirintiedon hallinnoinnista ja käsittelystä.

Sisäpiiriläiset jaetaan Alma Media Oyj:ssä kahteen kategoriaan: ilmoitusvelvollisiin johtohenkilöihin sekä hankekohtaisiin sisäpiiriläisiin.

Ilmoitusvelvollisia johtohenkilöitä ovat Alma Media Oyj:ssä seuraavat henkilöt: hallituksen puheenjohtaja ja varapuheenjohtaja, hallituksen jäsenet ja mahdolliset varajäsenet, toimitusjohtaja ja toimitusjohtajan mahdolliset sijaiset sekä konsernin johtoryhmän jäsenet. Ilmoitusvelvolliset johtohenkilöt eivät saa käydä kauppaa yhtiön rahoitusväli-

neillä ennen yhtiön osavuositarkastuksen ja tilinpäätöstiedotteen julkistamista ajankautena, joka alkaa 30 vuorokautta ennen osavuositarkastuksen ja tilinpäätöstiedotteen julkistamista ja päättyy julkistamispäivää seuraavana päivänä ("suljettu ikkuna"). Hankekohtaiset sisäpiiriläiset eivät saa käydä kauppaa Alma Media Oyj:n rahoitusvälineillä ennen kuin asianomainen hanke on päättynyt.

Alma Media Oyj on lisäksi päättänyt, että henkilöt, jotka ovat osallisina Alma Media Oyj:n osavuositarkastusten ja tilinpäätöstiedotteen valmistelussa ja laatimisessa eivät saa käydä kauppaa yhtiön rahoitusvälineillä ennen yhtiön osavuositarkastuksen ja tilinpäätöstiedotteen julkistamista ajankautena, joka alkaa 30 vuorokautta ennen osavuositarkastuksen ja tilinpäätöstiedotteen julkistamista ja päättyy julkistamispäivää seuraavana päivänä ("laajennettu suljettu ikkuna"). Laajennettu suljettu ikkuna koskee myös henkilöitä, jotka tehtävänsä puolesta saavat tietoonsa Alma Media konsernin myyntiluvut tai sellaisen liiketoimintayksikön myyntiluvut, joilla on olennainen merkitys koko Alma Media konsernin tuloksen kannalta.

Alma Media Oyj:ssä on käytössä eettisen raportoinnin ilmoituskanava "Alma-Whistleblow", joka on tarkoitettu henkilöstön ja kolmansien osapuolten tietoon tulleiden rikos- ja väärinkäytösepäilyjen ilmoittamiseen silloin, kun tietoa ei voi jostakin syystä välittää suoraan Alma Median vastuhenkilöille tai ilmoittaja haluaa pysyä anonyyminä. Ilmoituskanavaa voi käyttää myös arvopaperimarkkinasääntelyn oletetuista rikkomuksista ilmoittamiseen.

Alma Media Oyj julkistaa johtohenkilöiden ja heidän lähipiiriinsä kuuluvien henkilöiden tekemät yhtiön rahoitusvälineitä koskevat liiketoimet pörssitiedotteella markkinoiden väärinkäyttöasetuksen mukaisesti.

Johdon omistuksia koskevat tiedot päivitetään päivittäin Alma Median sivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/osakkeet-ja-osakkeenomistajat/sisapiirin-omistukset

Alma Media konsernin sisäpiirivastaavana toimii yhtiön lakiasiainjohtaja.

Lähipiiriliiketoimet

Alma Median lähipiiriin kuuluvat konsernin emoyritys, tytär-, osakkuus- ja yhteisyritykset. IAS 24 -standardin mukaan yhtiön lähipiiriin katsotaan kuuluvan sen hallituksen jäsenet, emoyhtiön ja merkittävien tytäryhtiöiden toimitusjohtajat ja emoyhtiön toimitusjohtajan sijainen sekä myös muut yhtiön johtoon kuuluvat avainhenkilöt ja yhtiön keskeiset osakkeenomistajat, jotka käyttävät määräysvaltaa tai huomattavaa vaikutusvaltaa emoyhtiön tai kyseisen merkittävän tytäryhtiön taloutta ja liiketoimintaa koskevassa päätöksenteossa.

Yhtiön lähipiiriin kuuluvina pidetään myös edellä mainittujen henkilöiden läheisiä perheenjäseniä.

Lisäksi lähipiiriin kuuluvat Alma Median osakkeenomistajat, jotka omistavat yli 20 prosenttia yhtiön osakkeista tai kaikkien osakkeiden yhteenlasketusta äänimäärästä.

Yhtiö pitää kirjaa lähipiiriinsä kuuluvista lähipiiritoimien tunnistamiseksi. Liiketapahtumia lähipiiritahojen kanssa seurataan ja valvotaan konsernin raportointijärjestelmän avulla. Lähipiiritoimet, jotka eivät kuulu yhtiön tavanomaiseen toimintaan tai tehdään poiketen tavanomaisista kaupallisista ehdoista, edellyttävät hallituksen päätöstä lähipiiritoimen toteuttamisesta. Lähipiiritoimi ja sen ehtojen luonne arvioidaan tapauskohtaisesti ja suhteessa yhtiön tavanomaiseen toimintaan ja tavanomaisiin kaupallisiin ehtoihin sekä toimialalla yleisesti noudattaviin ja hyväksyttyihin markkinakäytäntöihin.

Lähipiiritoimiin liittyvän tunnistamisen, raportoinnin ja valvonnan järjestämiseksi hallitus on osoittanut tarkastusvaliokunnan tehtäväksi seurata yhtiön johdon ja heidän lähipiiriensä liiketoimia ja niihin mahdollisesti liittyviä eturistiriitoja. Tarkastusvaliokunta seuraa ja arvioi, miten yhtiön ja sen lähipiiriin kesken tehtävät sopimukset ja muut oikeustoimet täyt-

tävät lain vaatimukset tavanomaiseen toimintaan kuulumisesta ja markkinaehdoista. Toimitusjohtaja raportoi kaikki lähipiiritoimet vuosittain tarkastusvaliokunnalle. Yhtiössä on ohjeistus johtoryhmän jäsenille lähipiiritoimien tunnistamisesta ja heidät velvoitetaan ilmoittamaan yhtiölle etukäteen suunnittelemistaan sopimuksista ja oikeustoimista konsernin kuuluvien yhtiöiden kanssa.

Yhtiö raportoi mahdolliset lähipiiritoimet vuosittain toimintakertomuksessa ja tilinpäätöksen liitetiedoissa osakeyhtiölain ja tilinpäätöksen laatimista koskevien säännösten edellyttämällä tavalla. Yhtiö julkistaa lähipiiritoimet arvopaperimarkkinalain, pörssin sääntöjen ja markkinoiden väärinkäyttöasetuksen edellyttämällä tavalla.

Alma Medialla ei ollut tilikauden aikana lähipiiriliiketoimia, jotka olisivat poikenneet yhtiön tavanomaisesta liiketoiminnasta tai joita ei olisi toteutettu muutoin kuin tavanomaisin markkinaehdoin.

Taloudelliseen raportointiin liittyvät sisäisen valvonnan ja riskienhallinnan järjestelmät

Sisäinen valvonta

Sisäinen valvonta on olennainen osa yhtiön hallinnointia ja johtamisjärjestelmiä. Se kattaa konsernin kaikki toiminnot ja organisaatiotasot. Valvonnan tarkoituksena on saada riittävä varmuus muun muassa siitä, että yhtiö voi toteuttaa strategiaansa. Sisäinen valvonta ei ole erillinen prosessi, vaan kattaa osana yhtiön toimintoja kaikki konsernilaajuiset

toimintaperiaatteet, ohjeistukset ja järjestelmät.

Taloudellinen raportointi

Hallituksella ja toimitusjohtajalla on kokonaisvastuu taloudelliseen raportointiin liittyvien sisäisten valvonta- ja riskienhallintajärjestelmien järjestämisestä. Toimitusjohtaja, johtoryhmän jäsenet ja tulosyksiköiden johtajat vastaavat siitä,

että heidän omien vastuualueidensa kirjanpito ja hallinto ovat lain, konsernin toimintaperiaatteiden ja Alma Media Oyj:n hallituksen ohjeiden ja määräysten mukaisia. Tulosyksiköiden hallinnon ja kirjanpidon valvonta on Alma Media -konsernissa keskitetty konsernin taloushallinnon vastuulle. Taloushallinto seuraa ja ohjeistaa sisäisiä valvontatoimenpiteitä ja käytäntöjä konsernin toimintaperiaatteiden ja ohjeiden pohjalta. Konsernin talous- ja rahoitusjohtajan alaisuudessa toimiva taloushallinto tuottaa keskitetysti ulkoisen laskennan vaatimat tilinpäätöstiedot sekä sisäisen laskennan analyysit ja tulosraportit liiketoiminnan kannattavuuden seuraamiseksi konsernin ja liiketoimintayksiköiden johtoryhmille. Konsernin sisäisen valvonnan käytännöllä varmistetaan konsernin taloudellisen raportoinnin oikeellisuus. Taloudelliseen raportointiin liittyviä riskejä hallitaan konsernin laskentamanaalin, rahoitus- ja investointipolitiikan, yrityskauppaohjeistuksen sekä sisäisen valvonnan avulla.

Alma Media -konserni noudattaa EU:ssa sovellettavaksi hyväksyttyjä kansainväli-

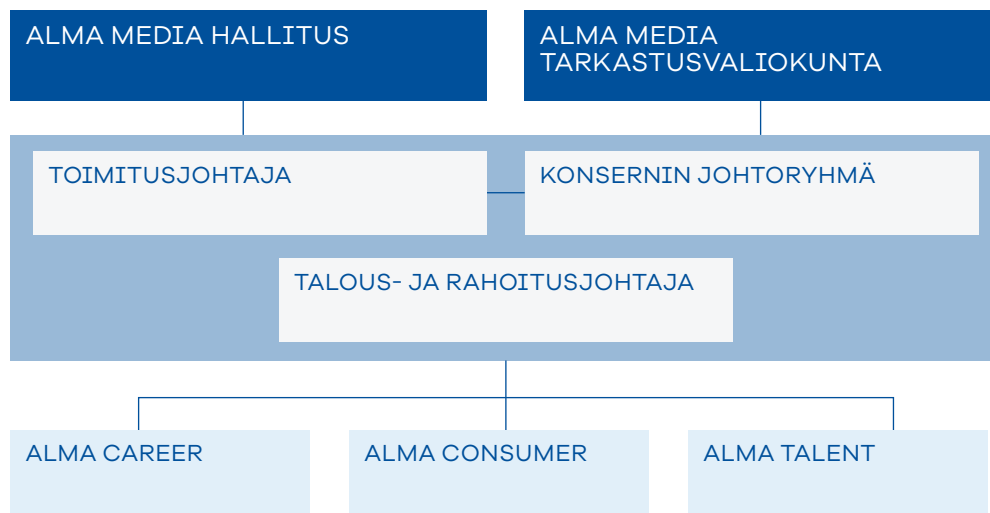
siä tilinpäätösstandardeja (International Financial Reporting Standards, IFRS). Taloudellista raportointia koskevat ohjeet ja laskentaperiaatteet on kerätty standardimuutosten myötä päivitettyään laskentamanaaliin ja talousosaston ohjeisiin, joita sovelletaan kaikissa konserniyhtiöissä. Konsernilaskenta vastaa tilinpäätösstandardien seuraamisesta ja noudattamisesta, taloudellista raportointia koskevien periaatteiden ylläpitämisestä sekä niistä tiedottamisesta yksiköille.

Riskienhallinta

Riskienhallinta on osa Alma Media Oyj:n taloudellista raportointiprosessia ja yksi yhtiön tärkeitä sisäisiä valvontatoimenpiteitä. Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on arvioida ja hallinnoida jatkuvasti osana operatiivista toimintaa kaikkia yritystoiminnassa esiintyviä mahdollisuuksia ja uhkia sekä hallita riskejä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi.

Riskienhallinnan päävastuu on yhtiön hallituksella. Se käsittelee tärkeim-

Alma Median sisäisen valvonnan ja riskienhallinnan organisaatio



mät tunnistetut riskit ja vastaa yhtiön riskinottohalukkuuden ja -sietokyvyn määrittämisestä. Tarkastusvaliokunta valmistelee hallitukselle konsernin riskienhallintaperiaatteet ja seuraa riskienhallintajärjestelmien tehokkuutta. Tarkastusvaliokunta myös käsittelee johdon antamia tietoja merkittävistä riskeistä ja niille altistumisesta sekä suunnitelmia riskien minimoimiseksi.

Toimitusjohtaja, johtoryhmä ja muu konsernin johto kaikilla organisaatiotasoilla vastaavat päivittäisen riskienhallinnan toteuttamisesta. Kussakin liiketoimintayksikössä on yksikön johtoryhmään kuuluva vastuuhenkilö, yleensä talousvastaava, joka vastaa riskienhallinnasta ja riskienhallintatoimenpiteiden raportoinnista.

Riskienhallintaprosessin avulla tunnistetaan riskit, kehitetään riskienhallintakeinoja ja raportoidaan riskeistä säännöllisesti riskienhallintaorganisaatiolle ja hallitukselle. Riskienhallinta on osa Alma Media Oyj:n sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää. Määrällisille ja laadullisille riskeille asetetaan kirjalliset rajat ja mennettelytavat konsernin riskienhallintajärjestelmässä. Yhtiö luokittelee liiketoimintaansa vaikuttavat riskinsä strategisiin, operatiivisiin ja rahoitusriskeihin.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit liittyvät kyberriskeihin sekä tietoturvaan ja tietosuojaa koskeviin loukkauksiin, olemassa olevien markkinapaikkojen liiketoimintamallien nopeaan muutokseen sekä kuluttajien mediakäytön muutoksiin.

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 aktivointiteknologioita. Kolmannen osapuolen evästeiden käytön mahdollinen rajoittaminen voi aiheuttaa, ainakin lyhytaikaisia, epävarmuustekijöitä digitaaliseen mainosmyyntiin.

Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkinakäytännöt ovat kiristymässä.

Toimintaympäristön muutos ja voimakas teknologinen kehitys edellyttää jatkuvaa panostusta henkilöstön osaamiseen ja kehittämiseen. Merkittävä strateginen riski on osaavan, tietoteknisen henkilöstön saanti vaativiin tuotekehityshankkeisiin.

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 geopolittisten riskien eskalaatio Alma Median toimintamaissa voi merkittävästi vaikuttaa palveluiden kysyntään.

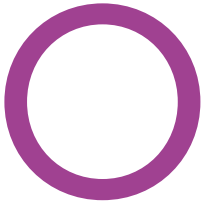
Operatiivisista riskeistä merkittävimmät ovat tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä päivittäiseen uutistuotantoon liittyvät keskeytykset.

Alma Media liiketoiminnan strategisia, operatiivisia ja rahoitusriskejä sekä niiden lieventämistoimia kuvataan tarkemmin hallituksen toimintakertomuksessa. Rahoitusriskejä kuvataan myös tarkemmin konsernitilinpäätöksen liitetiedoissa.

Sisäinen tarkastus

Alma Media konsernissa sisäisen tarkastuksen tehtävät sisältyvät Alma Media Oyj:n taloushallinnon tehtäviin. Sisäisillä tarkastuksilla testataan prosessien ja niihin sisältyvien kontrollien toimivuutta ja tehokkuutta. Sisäisen tarkastus toteutetaan seurantaraportoinnin sekä erillisten review-läpikäyntien avulla.

Tilintarkastus



sakkeenomistajat valitsevat vuosittain varsinaisessa yhtiökokouksessa yhtiölle tilintarkastajan ja varatilintarkastajan.

Tilintarkastajaksi voidaan valita myös tilintarkastusyhteisö. Mikäli tilintarkastajaksi valitaan Patentti- ja rekisterihallituksen tilintarkastajarekisteriin merkitty tilintarkastusyhteisö, jonka päävastuullinen tilintarkastaja on KHT-tilintarkastaja, ei varatilintarkastajaa tarvitse valita.

Tilintarkastajan toimikausi päättyy ensimmäisen vaalia seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen päättyttyä. Tilintarkastajien tehtävänä on varmistua siitä, että tilinpäätös on laadittu voimassa olevien säädösten mukaisesti siten, että se antaa oikeat ja riittävät tiedot yhtiön tuloksesta ja taloudellisesta asemasta sekä muut tarpeelliset tiedot yhtiön sidosryhmille.

Alma Media Oyj:n tilintarkastajat tarkastavat osana vuosittaista tilintarkastustoimemksiäntoa tulosityksiköiden kirjanpidon ja hallinnon. Sisäisen valvonnan vaatimukset on otettu huomioon tilintarkastajien tilintarkastussuunnitelmissa.

Tilintarkastajat antavat vuosittain kertomuksensa Alma Media Oyj:n varsinaiselle yhtiökokoukselle. Lisäksi tilintarkastajat raportoivat hallitukselle ja hallituksen tarkastusvaliokunnalle vuosittaisen tilintarkastussuunnitelman pääkohdat sekä koko konsernia koskevan kirjallisen tilintarkastusraportin kunkin osavuosi-katsauksen ja tilinpäätöksen yhteydessä. Tilintarkastajat toimittavat myös erillisen raportin tilikauden aikaisen tarkastuksen havainnoista konsernin talousjohdolle ja tarkastusvaliokunnalle.

Vuoden 2022 yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajaksi KHT-yhteisö PricewaterhouseCoopers Oy:n, päävastuullise-

na tilintarkastajana Niina Vilske, KHT. PricewaterhouseCoopers toimii pääsääntöisesti kaikkien tytäryhtiöiden tilintarkastajana.

Alma Media -konsernin vuoden 2022 tilintarkastuspalkkio oli 244 050 euroa. Lisäksi tilintarkastusyhteisö PwC on veloittanut muista palveluista tilikaudella 2022 yhteensä 95 127 euroa, muun muassa vastuullisuuden raportointiin liittyvää neuvontatyötä. PwC on toiminut tilintarkastajana vuodesta 2014.

ALMA

PALKITSEMISRAPORTTI

2022



Sisällys

147

Puheenjohtajan
tervehdys

149

Palkitsemisen
keskeiset periaatteet

150

Alma Median palkitsemispolitiikasta
poikkeaminen ja takaisinperinnät

151

Vertailutiedot

152

Hallituksen
palkitseminen

154

Toimitusjohtajan
palkitseminen

155

Palkitsemisraportin
tarkistaminen

Puheenjohtajan tervehdys

Arvoisat osakkeenomistajat

Alma Media jatkoi uudistumistaan vuonna 2022. Se tarjosi laajaa tuoteportfoliotaan digitaalisessa asuntokaupassa, mainonnan ja rekrytointiliiketoiminnan palveluissa sekä teknologioissa ja jatkoi yhtiön strategisen painopisteen siirtämistä entistä selvemmin digitaalisen ja kansainvälisen liiketoiminnan kehittämiseen. Yhtiö myös saattoi edellisenä vuonna tekemänsä – yrityshistoriansa suurimman yrityskauppansa – Net-tix-markkinapaikan integraation loppuun.

Vuonna 2022 liiketoiminnan kehitys oli vahvaa ja kannattavuus nousi kaikkien aikojen korkeimmalle tasolle. Erityisesti rekrytointiliiketoiminnan kehitys oli hyvää. Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan ja inflaation voimakas nousu vaikeuttivat talouden kehitystä koko Euroopassa, mutta samalla koronapandemiasta johtunut talouden epävarmuus väheni selvästi vuosiin 2020 ja 2021 verrattuna.

Palkitsemisjärjestelmissä johdon ja osakkeenomistajien etuja yhteensovitetaan

Alma Median palkitsemisjärjestelmissä korostuvat johdon ja Alma Median osakkeenomistajien etujen yhteensovittaminen, johdon sitouttaminen pitkäaikaisen osakeomistusintressin kautta yhtiöön ja siten yhtiön arvon kasvattaminen pitkällä aikavälillä. Vuoden 2022 yhtiökokous säilytti hallitukselle maksettavat palkkiot ennallaan.



Alma Median toimitusjohtajan lyhyen aikavälin kannustinpalkkioiden keskeisenä perusteena ovat viime vuosina olleet yhtiön kannattavuuden eli oikaistun liikevoiton kehitys ja digitaalisen liiketoiminnan kasvutavoitteet. Vastaavasti pitkän aikavälin kannustinjärjestelmä perustuu osakkeen kokonaistuoton kehitykseen ja digitaalisen liiketoiminnan kasvuun, jonka perusteella palkkio maksetaan osakkeina.

Merkittävä osa yhtiön toimitusjohtajan palkitsemisesta perustuu muuttuviin palkanosiin eli lyhyen ja pitkän aikavälin kannustimiin. Näin varmistetaan vahva yhteys yhtiön strategian toteuttamisen ja toimitusjohtajan palkitsemisen välillä, sillä lyhyen ja pitkän aikavälin kannustinjärjestelmien tavoitteet ovat suoraan yhteydessä yhtiön liiketoiminnan kehitykseen. Toimitusjohtajalle vuonna 2022 maksetut kokonaisansiot sisältäen eläke-edut (lisäeläke + TyEL) olivat 3 450 902 euroa, josta muuttuvien palkanosien osuus oli 70 prosenttia.

Oheinen palkka- ja palkitsemisraportti on laadittu EU:n osakkeenomistajien oikeudet -direktiivin (SHRD) mukaisesti ja noudattaa Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia 2020.

Antoisia lukuhetkiä raportin parissa toivottaen,

Peter Immonen

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan puheenjohtaja

Palkitsemisen keskeiset periaatteet

Strategiansa mukaisesti Alma Media rakentaa kestävää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen. Tavoitteena on yhtiön omistaja-arvon kasvattaminen liikevaihdon kasvun ja kannattavuuden parantamisen kautta. Alma Media kehittää ja laajentaa nykyistä liiketoimintaansa ja etsii kasvumahdollisuuksia uusilta liiketoiminta- ja markkina-alueilta. Yhtiön palkitsemispolitiikan ja -järjestelmien tavoitteena on edistää yhtiön pitkän aikavälin taloudellista menestystä, kilpailukykyä ja omistaja-arvon kehitystä.

Alma Mediassa hallituksen jäsenten palkkioiden tulee olla kilpailukykyisiä, jotta yhtiön hallitukseen saadaan jäseniä, joilla on riittävää osaamista hallituksen

vastuulla olevista tehtävistä, joihin kuuluu muun muassa päättäminen yhtiön strategiasta sekä sen toteutumisen valvominen.

Yhtiön toimitusjohtajan palkitseminen perustuu hallituksen määrittämien ja vahvistamien konsernin strategisten tavoitteiden toteuttamisen ja tuloksen parantamisen periaatteelle. Järjestelmissä korostuvat johdon ja Alma Median osakkeenomistajien etujen yhteensovittaminen, johdon sitouttaminen pitkäaikaisen osakeomistusintressin kautta yhtiöön ja siten yhtiön arvon kasvattaminen pitkällä aikavälillä.

Palkitsemisen periaatteisiin kuuluvat suoritusperusteisen toimintakulttuurin edistäminen sekä kilpailukykyisen kor-

vauksen tarjoaminen strategian toteuttamista edistävästä kehityksestä ja tavoitteiden saavuttamisesta. Alma Median palkitsemisen periaatteet sekä palkitsemisprosessit ovat läpinäkyviä, selkeitä ja johdonmukaisia.

Alma Median yhtiökokous vahvisti Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodin 2020 ja EU:n osakkeenomistajien oikeuksia koskevan muutosdirektiivin SHRD II mukaisesti laaditun Alma Median toimielinten palkitsemispolitiikan keväällä 2022. Palkitsemispolitiikka on luettavissa kokonaisuudessaan Alma Median sivuilta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen.

Alma Median palkitsemispolitiikasta poikkeaminen ja takaisinperinnät vuonna 2022

Alma Median palkitsemispolitiikasta voidaan poiketa väliaikaisesti, jos poikkeaminen tapahtuu Alma Median pitkän aikavälin etujen varmistamiseksi. Arvioinnissa voidaan ottaa huomioon muun muassa yhtiön pitkän aikavälin taloudellinen menestys, kilpailukyky, liiketoiminnan häiriöttömän jatkumisen varmistaminen ja omistaja-arvon kehitys.

Toimitusjohtajan palkitsemispolitiikasta poikkeamisen valmistelee hallituksen nimitys- ja palkitsemisvaliokunta ja siitä päättää hallitus. Mikäli väliaikaiselle poikkeamiselle on olemassa perusteet, poikkeaminen voi kohdistua mihin tahansa palkitsemisen osaan ja tapaan.

Vuonna 2022 aikana yhtiön palkitsemispolitiikasta ei poikettu. Yhtiöllä ei myöskään syntynyt perustetta käyttää oikeuksiaan periä takaisin tai perua maksettuja tai maksamattomia kannustimia.

Vertailutiedot yhtiön johdon ja henkilöstön palkitsemisesta sekä yhtiön taloudellisesta kehityksestä 2018–2022

Alma Median liiketoiminnot kehittyivät erinomaisesti ja kannattavuus parantui ennätystasolle vuonna 2022. Liikevaihdon kasvu oli laaja-alaista ja muun muassa rekrytointipalveluiden kysyntä oli erittäin vahvaa.

Yhtiön toimitusjohtajan palkitseminen on linjassa päivitettyjen pitkän aikavälin

tavoitteiden kanssa ja perustuu konsernin strategisten tavoitteiden toteuttamiseen, digitaalisen liiketoiminnan kasvun ja tuloksen parantamiseen.

Nämä kriteerit näkyvät myös toimitusjohtajan lyhyen ja pitkän aikavälin palkitsemisessa. Toimitusjohtajan palkitseminen noudattaa vahvasti suoritusperusteisen palkitsemisen periaatetta.

Hallituksen ja toimitusjohtajan palkkioiden kehitys verrattuna yhtiön työntekijöiden keskimääräisen palkitsemisen kehitykseen ja yhtiön taloudelliseen kehitykseen viideltä edelliseltä tilikaudelta:

Eur	2018	2019	2020	2021	2022
Hallituksen jäsenelle keskimäärin maksetut palkkiot	54 733	56 571	54 014	49 533	46 650
Toimitusjohtajalle maksettu peruspalkka + etuudet (pl. eläke-etuudet)	473 735	511 777	523 853	552 988	577 935
Muutos edellisvuodesta %	-4,4 %	8,0 %	2,4 %	5,6 %	4,5 %
Toimitusjohtajalle maksetut palkkiot yhteensä	654 621	600 004	1 246 306	442 390	2 401 031
Muutos edellisvuodesta %	46,7 %	-8,3 %	107,7 %	-64,5 %	442,7 %
Työntekijöiden keskipalkka*	50 633	50 242	49 523	53 257	56 129
Oikaistu liikevoitto (milj. euroa)	49,9	49,3	45,4	61,1	73,4
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu %	8,7	3,7	-4,7	33,9	17,7
Osakkeen hinta (vuoden päätöskurssi)	5,54	7,96	8,92	10,82	9,40
Osingon määrä	0,35	0,40	0,30	0,35	0,44

Vertailuluvut esittävät kullakin tilikaudella maksetut palkat ja palkkiot. Lyhyen ja pitkän aikavälin kannustinjärjestelmistä maksettavat bonukset maksetaan aina ansaintajaksoa seuraavana vuonna. Esimerkiksi vuoden 2022 luvut perustuvat lyhyen aikavälin kannustinjärjestelmän ansaintajaksoon 2021 ja pitkän aikavälin ansaintajaksoon 2017-2021.

* Keskipalkka muodostuu jakamalla henkilöstökulut keskimääräisellä henkilöstön määrällä vuoden aikana, (henkilöstömäärä ilman telemarkkinoijia).

Hallituksen palkitseminen vuonna 2022

Alma Media Oyj:n hallituksen jäsenet eivät ole työ- tai toimisuhteessa yhtiöön. Hallituksen jäsenet saavat yhtiöltä ainoastaan hallituksen ja valiokuntien jäsenyyteen ja hallitustyöhön liittyviä korvauksia. Hallituksen jäsenet eivät ole mukana Alma Median osakepohjaisessa kannustinjärjestelmäs-

sä tai muussa yhtiön kannustinjärjestelmissä.

Hallituksen jäsen hankkii yhtiökokouksen päätöksen perusteella Alma Media Oyj:n osakkeita kaupankäynnissä säännellyllä markkinalla Helsingin Pörssissä muodostuvaan hintaan noin 40 prosentilla hänelle, ennakonpidätys huomioon, suoritettua hallituksen jäsenen

vuosipalkkiosta. Hankittuja osakkeita ei saa luovuttaa ennen kuin hallituksen jäsenyys on päättynyt. Mikäli osakkeita ei esimerkiksi vireillä olevien sisäpiirihankkeiden vuoksi ole voitu hankkia kunkin vuoden loppuun mennessä, maksetaan vuosipalkkio rahana.

Hallituksen jäsenten kokouspalkkiot maksetaan rahana.

Hallituksen jäsenten palkkiot hallitus- ja valiokuntatyöskentelystä vuonna 2022 (euroa)

Vuosi	Nimi	Asema	Hallituksen kokoukset			Tarkastus- valiokunta	Nimitys- ja palkitsemis- valiokunta	Palkkiot yhteensä
			Vuosi- palkkiot	Vuosipalkkiosta maksettu osakkeina, kpl*	Kokous- palkkiot			
2022	Catharina Stackelberg-Hammarén	Puheenjohtaja 29.3.2022 alkaen, jäsen 29.3.2022 saakka	62 500	2 539	14 500		1 000	78 000
2022	Jorma Ollila	Puheenjohtaja 29.3.2022 saakka	-	-	3 000		500	3 500
2022	Eero Broman	varapuheenjohtaja 29.3.2022 alkaen	40 000	1 625	6 300	2 000		48 300
2022	Petri Niemisvirta	Varapuheenjohtaja 29.3.2022 saakka, jäsen 29.3.2022 alkaen	32 500	1 320	5 900	2 500		40 900
2022	Heikki Herlin	Jäsen 29.3.2022 alkaen	32 500	1 320	4 500	2 000		39 000
2022	Peter Immonen	Jäsen	32 500	1 320	5 500		2 000	40 000
2022	Esa Lager	Jäsen	32 500	1 320	5 500	7 500		45 500
2022	Alexander Lindholm	Jäsen	32 500	1 320	5 500	500	500	39 000
2022	Kaisa Salakka	Jäsen 29.3.2022 alkaen	32 500	1 320	4 500	2 000		39 000

* Osakkeiden määrä vastaa ennakonpidätyksen jälkeen noin 40 % vuosipalkkion määrästä.

Vuoden 2022 yhtiökokous säilytti hallitukselle maksettavat palkkiot ennallaan ja päätti osakkeenomistajien nimitystomikunnan ehdotuksen mukaisesti hallituksen vuosipalkkioista seuraavasti:

- 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.

Tilikaudella 2022 hallituksen jäsenille maksetut palkkiot olivat yhteensä 373 200 euroa. Kaikki hallituksen jäsenille tilikaudella 2022 suoritettavat maksut olivat Alma Median palkitsemispolitiikan mukaisia.

Toimitusjohtajan palkitseminen vuonna 2022

Alma Median toimitusjohtajalle maksettiin vuonna 2022 palkkaa ja palkkioita, sisältäen myös eläke-edut (lisäeläke + TyEL), yhteensä 3 450 902 euroa. Vuonna 2022 maksettujen lyhyen ja pitkän aikavälin kannustinpalkkioiden osuus toimitusjohtajan palkitsemisen kokonaismäärästä oli 69,6 prosenttia ja kiinteän vuosipalkan osuus huomioiden eläke-etuudet (TYEL ja lisäeläke) olivat 30,4 prosenttia. Vuoden 2022 toimitusjohtajan palkitseminen noudatti Alma Median palkitsemispolitiikkaa.

Palkitsemispolitiikan mukaisesti kiinteään palkkaan sisältyvät peruspalkka, etuudet ja lisäeläkemaksut. Muuttuva palkitseminen koostuu lyhyen aikavälin tulos- ja toiminnallisten tavoitteiden saavuttamiseen

liittyvästä kannustepalkkio (STI) -ohjelmasta ja pitkän aikavälin palkitsemisjärjestelmästä eli LTI-ohjelmista.

Toimitusjohtajan lisäeläkemaksu on 37 % vuosipalkasta, mikä lasketaan lisäämällä kiinteään vuosipalkkaan laskennallinen 50 % osuus maksimikannusteesta. Toimitusjohtajalla on oikeus jäädä eläkkeelle 60-vuotiaana. Toimitusjohtajalle ei maksettu muita taloudellisia etuja vuonna 2022.

Muuttuvat palkitsemisen osat:

Lyhyen aikavälin palkitseminen

Alma Median toimitusjohtajan lyhyen aikavälin kannustepalkkiojärjestelmän

pääelementit perustuivat kolmelle kriteerille: Alma Media -konsernin tulosta-voittojen täyttyminen oikaistun liikevoiton osalta (painoarvo 70 %), strategisten tavoitteiden toteutuminen (painoarvo 25 %) ja ESG tavoitteiden toteutuminen (painoarvo 5 %) kultakin kalenterivuodelta.

Toimitusjohtajalle lyhyen aikavälin kannustinjärjestelmän perusteella maksettavan palkkion enimmäismäärä voi olla enintään 100 % vuotuisesta peruspalkasta (66 % vuonna 2021). Kannustepalkkiojärjestelmään perustuvan ansaintamahdollisuuden lisäksi toimitusjohtajalle voidaan maksaa kertaluontoisia projektipalkkioita esimerkiksi keskeisten

kehitysprojektien, merkittävien konsernirakenteen muutokseen tai yritysjärjestelyihin liittyvien projektien sekä muiden kertaluontoisten projektien tai järjestelyiden perusteella sen mukaisesti kuin hallitus kulloinkin päättää.

Toimitusjohtajan lyhyen aikavälin kannustinjärjestelmän tavoitteiden saavuttamisen aste oli 100 % vuonna 2021, ja 345 424 euron palkkio maksettiin maaliskuussa 2022. Vuonna 2022 tavoitteiden saavuttamisen aste oli 77,5 % ja 447 900 euron tulospalkkio maksetaan maaliskuussa 2023.

Muuttuvat palkanosat

Eläke-etuudet

	Kiinteä vuosipalkka (sisältäen verolliset luontaisedut)	Maksettu lyhyen aikavälin palkkio vuodelta 2020	Maksettu osakepohjainen kannustinpalkkio	Lisäeläke ja TYEL	Yhteensä
Toimitusjohtaja	577 935	345 424	2 055 607*	471 936	3 450 902

* Osakepohjainen kannustinpalkkio (LTI) maksettiin kahdessa osassa, ensimmäinen osa 24.2.2022, jossa luovutettu osakemäärä oli 28 751 kpl ja maksupäivän keskimurssi 9,47 euroa. Toinen osa maksettiin 13.6.2022, jossa luovutettu osakemäärä oli 63 360 kpl ja maksupäivän keskimurssi 10,39 euroa.

Muuttuvat palkitsemisen osat:

Pitkän aikavälin palkitseminen

Toimitusjohtajan pitkän aikavälin kannuste koostuu osakepalkkiojärjestelmistä (LTI 2015 ja LTI 2019). Jaettaessa maksimikannustinpalkkio keskimäärin mittausjaksolle, LTI-ohjelmista saatava maksimikannustinpalkkio on enintään 95 prosenttia toimitusjohtajan kiinteästä vuosipalkasta. LTI 2015 -ohjelman mittausjakso on viisi vuotta ja LTI 2019 -ohjelman kolme vuotta.

Toimitusjohtajalle maksettiin 24.2.2022 ja 13.6.2022 osakepohjaisia kannustinpalkkioita kolmesta eri ohjelmasta (LTI 2015 III, LTI 2015 IV, MSP 2019). Kannusteohjelmista toimitusjohtajan saama bruttomääräinen osakemäärä oli 198 504 kappaletta vastaten 2 055 607 euroa. Alma Median hallitus päättii viivästyttää osakkeiden luovutusta MSP 2019 ohjelman osalta kesäkuuhun 2022, koska yhtiöllä ei ollut riittävästi omia osakkeita alkuperäisellä maksuhetkellä helmikuussa 2022. Menetetty osingot korvattiin MSP -ohjelmaan osallistujille.

Hallituksen osakeomistussuosituksen mukaan toimitusjohtajan odotetaan säilyttävän omistuksessaan vähintään puolet yhtiön osakepalkkiojärjestelmistä saamistaan netto-osakkeista, kunnes osakeomistuksen arvo Alma Mediassa vastaa vähintään yhden vuoden kiinteän bruttomääräisen vuosipalkan määrää. Pitkän aikavälin kannustinpalkkioon liittyy siirtorajoitus ja toimitusjohtaja voi siirtää tai luovuttaa osakkeita vain kannustinohjelman ehtojen mukaisesti.

Palkitsemisraportin tarkistaminen

Alma Median tilintarkastajana tilikaudella 2022 toiminut tilintarkastusyhteisö PricewaterhouseCoopers Oy:n on tarkistanut, että lainsäädännössä edellytetyt tiedot on annettu palkitsemisraportissa.

	2015 III TSR	2015 IV TSR	2015 IV (Matching plan)	2019 MSP	2020 MSP	2021 MSP	2022 MSP	Yhteensä
Enimmäismäärä	36 000	36 000	36 000	135 000	120 000	126 000	150 000	639 000 kpl
Ansaintamittarit	Osaketuotto (TSR)	Osaketuotto (TSR)	Digikasvu	Digikasvu (50 %), osaketuotto (TSR) (50 %)	Digikasvu (33 %), EPS (33 %), osaketuotto (TSR) (33 %)	Digikasvu (33 %), EPS (33 %), osaketuotto (TSR) (33 %)	Liikevaihdon kasvu (33 %), EPS (33 %), osaketuotto (TSR) (33 %)	
Ansaintajakso	2017–2021	2018–2022	2018–2019, 2021	2019–2021	2020–2022	2021–2023	2022–2024	
Maksuvuosi	2022	2023	2022	2022	2023	2024	2025	
Ansaittu määrä	36 000		27 504	135 000				



VASTUULLISUUSRAPORTTI

2022



Sisällys

158

Toimitusjohtajan tervehdys

160

Vastuullisuusvuosi

165

Vastuullinen Alma Media

186

Vastuulliset brändit

199

GRI-indeksi

Kannustamme vastuullisiin valintoihin

Vastuullisuustyö on tärkeä ja ajantasaisesti kehittyvä osa liiketoimintaamme. Perustehtävämme on yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestävä kasvun kiihdyttäminen pyrkien toimintamme myönteisen vaikutuksen maksimointiin yhteiskunnassa sekä ympäristöjalanjälkemme minimointiin. Kuuntelemme asiakkaitamme ja henkilöstöämme tarkasti sekä pidämme huolta turvallisesta ja kannustavasta työympäristöstä.

Olemme vähähiilinen toimija

Olemme toteuttaneet määrätietoisesti digitaaliseen transformatioon perustuvaa strategiaamme jo kahden vuosikymmenen ajan. Kun vuonna 2005 vain kuusi prosenttia liikevaihdostamme muodostui digitaalisesta liiketoiminnasta, oli viime vuonna vastaava luku jo 80 prosenttia. Kulkemamme digitaalinen matka on parantanut kannattavuuttamme selvästi ja ilmastoprofilimme on nyt merkittävästi vähähiilisempi. Olemme puolittaneet oman toimintamme aiheuttamat päästöt viimeisen kuuden vuoden

aikana. Yhtiön synnyttämistä kasvihuonekaasuista vain neljä prosenttia syntyy omasta toiminnasta ja 96 prosenttia alihankintaketjusta.

Kansainvälisen CDP-organisaation Climate Change Disclosure 2022 -arviointi antoi jälleen tunnustusta ilmasto-etoistamme. Saamamme Leadership-tason luokitus A- on vaativan luokituksen toiseksi korkein pistetaso. Päivitimme tieteeseen perustuvat ilmastotavoitteemme jälleen monta piirua kunnianhimoisemmiksi: sitoudumme vähentämään oman toimintamme (Scope 1 ja 2) kasvihuonekaasupäästöjä 52 prosenttia ja alihankintaketjusta syntyviä (Scope 3) päästöjä 14 prosenttia vuoteen 2030 mennessä. Kuulumme yhteisrintamaan, joka pyrkii maailmanlaajuisesti rajoittamaan ilmaston lämpenemisen enintään 1,5 celsiusasteeseen. Hiilijalanjälkemme minimoinnissa kiinnitämme huomiota sekä digitaaliseen palvelusuunniteluun ja muuhun omaan toimintaan että alihankintaketjuun.



Autoimme ukrainalaisia

Kehitimme viime vuonna Workania.eu-palvelualustan helpottaaksemme Ukrainasta pakenevia kansalaisia työllistymään ukrainan kielellä 11 toimintamaassamme. Auttaaksemme bruttaalin sodan keskelle joutuneita, teimme kertalahjoituksen itäisen Keski-Euroopan suurimmalle hyväntekeväisyysjärjestölle, People In Need -organisaatiolle. Lisäksi tuimme kansainvälisiä avustusjärjestöjä, Suomen Punaista Ristiä ja Unicefia, lahjoitusten saamiseksi Suomesta media- ja palvelusivustojemme kautta.

Alma Median johto, henkilöstö Suomessa, ja johtoryhmät eri toimintamaissamme sitoutuivat taloudellisten tavoitteiden rinnalla yhteisiin vastuullisuustavoitteisiin, jotka ovat osa henkilöstömme kannustejärjestelmää. Sitoutimme merkittävimmistä toimittajistamme yli puolet liiketoimintamme eettisiin periaatteisiin ja jokainen almalainen suoritti henkilöstön Code of Conduct -koulutuksen.

Voimme vaikuttaa ympäröivään yhteiskuntaan journalistisilla medioillamme

Journalistisilla medioillamme on merkittävä vaikutus ympäröivään yhteiskuntaan ja sen kestäväan kehitykseen.

Viime vuonna Kauppalehti ja Tekniikka&Talous kehittivät muun muassa asiansanoituksen, jolla ilmastonmuutoksen ratkaisuja tarjoavat sisällöt erottuvat entistä paremmin medioissamme. Iltalehti järjesti puolestaan toimittajille monimuotoisuuteen ja sukupuolivähemmistöjä käsittelevään terminologiaan syventyvän koulutuksen sateenkaari-ihmistien ihmisoikeus- ja kansalaisjärjestö SETA:n kanssa. Julkisen Sanan Neuvosto koulutti Alman medioiden toimittajia langettavien päätösten taustoista.

Pyrimme medioidemme avulla lisäämään tietoisuutta ja ymmärrystä kestävästä kehityksestä ja tarjoamaan käytännön ratkaisuesimerkkejä vastuullisten valintojen tekemiselle.

Arvomme, vastuullisuustavoitteemme ja toimintaperiaatteemme näkyvät arjessa ja ohjaavat päivittäistä työtämme. Haluamme inspiroida myös yhteistyökumppaneitamme sitoutumaan kestäväan kehityksen edistämiseen kunnianhimoisesti, kattavasti ja vaikuttavasti.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Vastuullisuusvuosi 2022

OSOITIMME TUKEA JA SOLIDAARISUUTTA UKRAINALAISILLE

Kehitimme Workania.eu -palvelualustan helpottaaksemme Ukrainasta pakenevia työllistymään 11 toimintamaassamme ukrainan kielellä. Teimme kertalahjoituksen kesken itäisen Euroopan suurimmalle hyväntekeväisyysjärjestölle, People In Need -organisaatiolle, auttaaksemme ukrainalaisia sodan keskellä. Tuimme kansainvälisiä avustusjärjestöjä, Suomen Punaista Ristiä ja Unicefia lahjoitusten saamiseksi Suomesta media- ja palvelusivustojemme kautta.

KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ TUKEVAA JOURNALISMIA

Iltalehti ja talous- ja ammattimeditamme kasvattivat yleisö-määräänsä.

Kauppalehti ja Tekniikka & Talous- media kehittivät asia-sanoituksen, jolla ratkaisut ilmastonmuutoksen erottuvat sisällöstä. Iltalehti järjesti toimittajille monimuotoisuuden ja sukupuolivähemmistöjä käsittelevään terminologiaan syventyvän koulutuksen SETA:n kanssa. JSN koulutti Alman medioiden toimittajia langettavien päätösten taustoista.

HYVINVOIVA JA OSAAVA HENKILÖSTÖ

Huolehdimme henkilöstön työhyvinvoinnista tarjoamalla monipuolista tukea työhyvinvoinnin kehittämiseksi ja ylläpitämiseksi. Jatkoimme ja edelleen kehitimme monipaikkaisen työskentelyn mallia. Kehitimme almalaista osaamista ja johtajuutta lukuisten koulutusten ja valmennusten muodossa. Selvitimme työyhteisön monimuotoisuuden, tasa-arvon ja osallisuuden kokemukseen liittyviä kehitysmahdollisuuksia.

SITOUTIMME HENKILÖSTÖN JA ALIHANKKIJOITA EETTISEEN OHJEISTUKSEEN

Suunnittelimme ja toteutimme alihankintaverkostollemme oman Code of Conduct - verkkokoulutuksen. Onnistuimme sitouttamaan merkittävimmistä toimittajistamme yli puolet eettisen liiketoimintamme periaatteisiin.

Henkilöstöstämme 11 toimintamaassamme jokainen suoritti henkilöstön Code of Conduct -koulutuksen vuoden 2022 loppuun mennessä.

KIRISTIMME ILMASTOTAVOITETTAMME

Alma Median uudet, kiristetyt Science Based Targets -aloitteen (SBTi) mukaiset tavoitteet hyväksyttiin virallisesti. Tavoite on ilmaston lämpenemiselle asetetun globaalien 1,5 celsiusasteen raja-arvon mukainen. Vähennämme 52 % oman toimintamme (Scope 1 ja 2) sekä 14 % alihankintaketjun (Scope 3) kasvihuonekaasupäästöjä vuoteen 2030 mennessä.

VASTUULLISUUDESTA KANNUSTEPERUSTE

Alma Median johto, koko henkilöstö Suomessa, sekä johtoryhmät 11 toimintamaassamme sitoutuivat kaikki yhteiseen vastuullisuustavoitteeseen taloudellisten tavoitteiden rinnalla. Vastuullisuustavoitteemme käsittää seitsemän eri mitaria ympäristöön, sosiaaliseen vastuuseen ja hyvään hallintotapaan liittyen.

Alma Median vastuullisuusohjelma

VASTUULLINEN ALMA MEDIA JA VASTUULLISET BRÄNDIT

KANNATTAVA KASVU JA KORKEA LIIKETOIMINTAETIIKKA

Liiketoiminnan kannattavuus on kestävän kasvumme edellytys.

Edellytämme itseltämme ja yhteistyökumppaneiltamme korkeaa moraalia ja etiikkaa. Emme salli ihmisoikeuksien loukkausta, syrjintää, häirintää tai korruptiota.



HYVINVOIVA JA OSAAVA HENKILÖSTÖ

Edistämme työyhteisömme kokemusta yhdenvertaisuuden, osallisuuden ja monimuotoisuuden kokemusta. Huolehdimme ammattitaitoisen henkilöstömme kehittymismahdollisuuksista.



VASTUU YMPÄRISTÖSTÄ

Minimoimme oman toimintamme ja alihankintaketjumme kasvi- huonekaasupäästöt.

Olemme esimerkkinä media-alan digitaaliseen liiketoimintaan siirtymisessä.



VASTUULLINEN MEDIA, JOURNALISMI JA MARKKINOINTI

Luotettava, moniarvoinen ja riippumaton journalismi on yhteiskuntamme demokrati- an edellytys. Kannamme vastuun sisällöistämme, oikaisemme vir- heemme ja puolustamme sanan- vapautta. Kehitämme mediaa ja palveluja ja käytämme dataa vas- tuullisesti.



VASTUULLISET PALVELUT JA MARKKINAPAIKAT

Johtavat autoilun, asumisen ja rekrytoinnin digitaaliset palve- lumme mahdollistavat kestävät valinnat niin yritystoiminnassa kuin yksityisessä kulutuksessa.



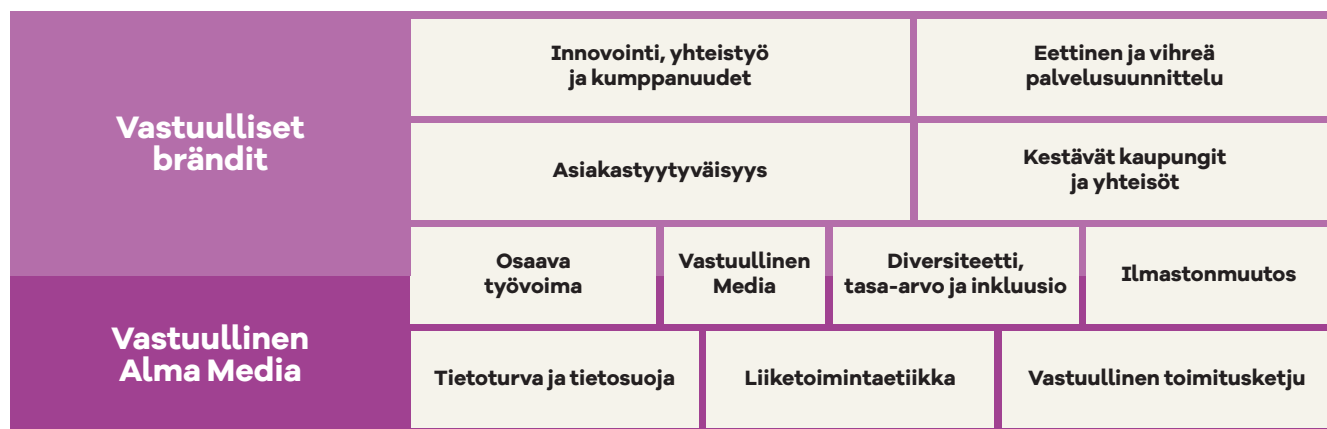
Olennaisuusanalyysi



Alma Media toteutti syksyllä 2021 olennaisuusanalyysin tunnistaa keskeisten sidosryhmiensä odotukset yhtiön vastuullisuustyölle. Analyysi perustui kattavaan sidosryhmäkyselyyn, toimiala-analyysiin, henkilökohtaisiin haastatteluihin ja henkilöstöryhmien kanssa järjestettyihin työpajoihin. Loka-marraskuussa 2021 toteutettuun kyselyyn vastasi yli 1 000 Alman medioiden lukijaa ja palveluiden käyttäjää ja yli 500 yhtiön työntekijää. Lisäksi usean sisäisen keskustelufoorumin ja yhdeksän työpajan muodossa sisäisten ja ulkoisten asiantuntijoiden kanssa määriteltiin yritysvastuuohjelman tavoitteet.

Olennaisuusanalyysin tuloksena Alma Medialle määrittyi yksitoista olennaista vastuullisuuden osa-aluetta. Näitä painopistealueita voidaan tarkastella kahdella

tasolla: vastuullinen Alma Media ja vastuulliset brändit. Alma Median sidosryhmät pitävät vuosia jatkunutta yhtiön liiketoiminnan digitaalista siirtymää positiivisena kehityksenä ja yrityksen aiempi vastuullisuustyö tunnustetaan. Sidosryhmien näkemyksen mukaan Alma Median vastuullisuustyössä korostuu tietosuojan ja -turvan merkitys, datan vastuullinen käsittely ja sekä vastuullisuus uuden digitaalisen liiketoiminnan kehittämisessä. Sosiaalisen vastuun näkökulmasta yhtiölle tärkeimpiä painopisteitä ovat henkilöstön hyvinvointi, osaamisen kehittäminen, uramahdollisuudet ja työntekijöiden yhdenvertainen kohtelu. Ympäristönäkökulmasta tuotteiden ja palveluiden myönteinen vaikutus ympäristöön sekä Alma Median oman toiminnan ympäristötehokkuus ovat sidosryhmillämme tärkeimpiä aiheita.



Sidosryhmävuorovaikutus

Vuonna 2021 Alma Media päivitti olennaisuusanalyysinsä, joka pohjautui kattavaan sidosryhmäkyselyyn, yksilöhaastatteluihin ja toimiala-analyysiin ja työpajoihin.

Sidosryhmä	Vuorovaikutusmuoto	Sidosryhmälle olennaisimmat asiat
Henkilöstö	- Verkkokysely koko henkilökunnalle - Työpajat ja keskusteluforumit eri henkilöstöryhmien kanssa	- Henkilöstön hyvinvointi, arvostus ja tasavertainen kohtelu - Osaamisen kehittäminen ja uramahdollisuuksien tukeminen - Kannattava ja vakavarainen liiketoiminta - Vastuullisuus uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä - Johdon luotettava ja oikeudenmukainen viestintä - Eettinen ohjeistus ja riskien ennakointi
Lukijat, kävijät, kuluttajat	Verkkokysely käyttäjämääriltään suurimpien medioiden lukijoille ja sivustojen käyttäjille	- Tiedon luotettavuus, journalistinen riippumattomuus ja sisällön virheettömyys - Yhteiskunnallisen keskustelun ja sanavapauden edistäminen - Harhaanjohtavan ja valheellisen mainonnan estäminen - Lakien ja säännösten noudattaminen henkilötietojen keräämisessä ja käsittelyssä - Palveluiden tietoturvasta ja -suojasta huolehtiminen - Asiakastietojen vastuullinen käsittely ja hyödyntäminen
Asiakkaat, mainostajat	Liikevaihdon kannalta keskeisimpien asiakastoimialojen toimiala-analyysit ja yritysten edustajien henkilökohtaiset haastattelut	- Ympäristöriskien hyvä johtaminen - Sosiaalisen vastuun ja hyvän hallintotavan korostuminen Alman kansainvälisessä liiketoiminnassa - Osaavan työvoiman varmistaminen digitaalisessa murroksessa - Mainonnan etiikasta ja omien mainosalustojen bränditurvallisuudesta huolehtiminen
Sijoittajat, omistajat, analyytikot	Analyytikoiden haastattelut	- Markkinaympäristö ja kilpailutilanne, tavoitteet, raportointi, strategia ja taloudellinen asema - Riittävä ja tasapainoinen taloudellisen ja ei-taloudellisen informaation jakaminen yhtiöstä - Kiristyyviin vastuullisuusvaatimuksiin vastaaminen - Alma Median vastuullisuustarina osana sijoittajatarinaa - Liiketoiminnallisesti kestävä kasvun rakentaminen
Toimittajat, alihankkijat	Keskeisten hankinta-alueiden päälliköiden haastattelut (paino, jakelu ja ICT)	- Reilu ja tasapuolinen kohtelu, yhdenvertaiset avoimet ja läpinäkyvät toimittajavaatimukset - Alma Median hankintapolitiikka ja toimittajien eettinen ohjeistus - Yhteistyö kasvihuonekaasupäästöjen minimoimiseksi kumppaniverkostossa
Media	Työpöytäanalyysi ja suurimpien medioiden päätoimittajien haastattelut	- Vastuullinen journalismi ja markkinointi, sekä laadukas data - Lakien ja säännösten mukainen tietosuoja ja tietoturva - Avoimuus, läpinäkyvyys ja aktiivisuus tiedon tarjoamisessa - Sisältöjen virheettömyys - Nopea reagointi ja vastaus tiedusteluihin
Yhteiskunta ja viranomaiset	Toimiala- ja työpöytäanalyysi	- Lakien ja säännösten noudattaminen henkilötietojen keräämisessä ja käsittelyssä - Palveluiden tietoturvasta ja tietosuojasta huolehtiminen - Asiakastietojen vastuullinen käsittely ja hyödyntäminen

Alma Medialle olennaiset YK:n kestävän kehityksen tavoitteet

YK:n kestävän kehityksen tavoitteet käsittelevät kaikille yhteisiä maailmanlaajuisia haasteita. Alma Media on sitoutunut kestävän kasvun tukemiseen yhteiskunnassa, yrityksille ja yksilöille. Olennaisuuden perusteella Alma Median vastuullisuusohjelmaan linkittyy yhdeksän YK:n kestävän kehityksen tavoitetta.



Panostamme henkilöstömme osaamisen kehittymiseen ja henkilökohtaisiin urapolkuihin koulutuksin ja valmennuksin. Kirja- ja koulutustarjontamme mahdollistaa työelämässä tarvittavan osaamisen kehittymisen.



Mediamme lisäävät tietoisuutta kestävän kehityksen innovaatioista, yritysten taloudellisista ja ei-taloudellisista tuloksista ja ratkaisuksista ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. Kannustamme innovointiin myös omassa organisaatiossamme.



Oman toimintamme hiilijalanjälki on puolittunut viimeisen 6 vuoden aikana. Olemme toimialamme esimerkki vähähiiliseen yhteiskuntaan siirtymisessä. Minimoimme oman ja alihankintaketjumme hiilidioksidipäästöt.



Mediamme lisäävät ymmärrystä tasa-arvoisen työelämän tärkeydestä yhteiskunnassa. Tarjoamme yhdenvertaiset kehittymismahdollisuudet, edellyttämme sukupuolten tasa-arvoa ja työyhteisömme monimuotoisuuden ja osallisuuden kokemuksen kehittymistä.



Yhdistämme tarjonnan ja kysynnän, palvelun tarjoajat ja kuluttajat sekä tarjoamme vastuullisia valinnanmahdollisuuksia asumiseen, autoiluun, työelämään ja rekrytointiin.



Luotettava ja riippumaton journalismi on yhteiskunnan toimivan demokratian edellytys. Mediamme vaalivat rauhaa ja oikeudenmukaisuutta ja tutkivat valtaa pitävien eettisesti kestävästä toiminnasta, epäroimattua tuoda julki mahdollisia epäkohtia.



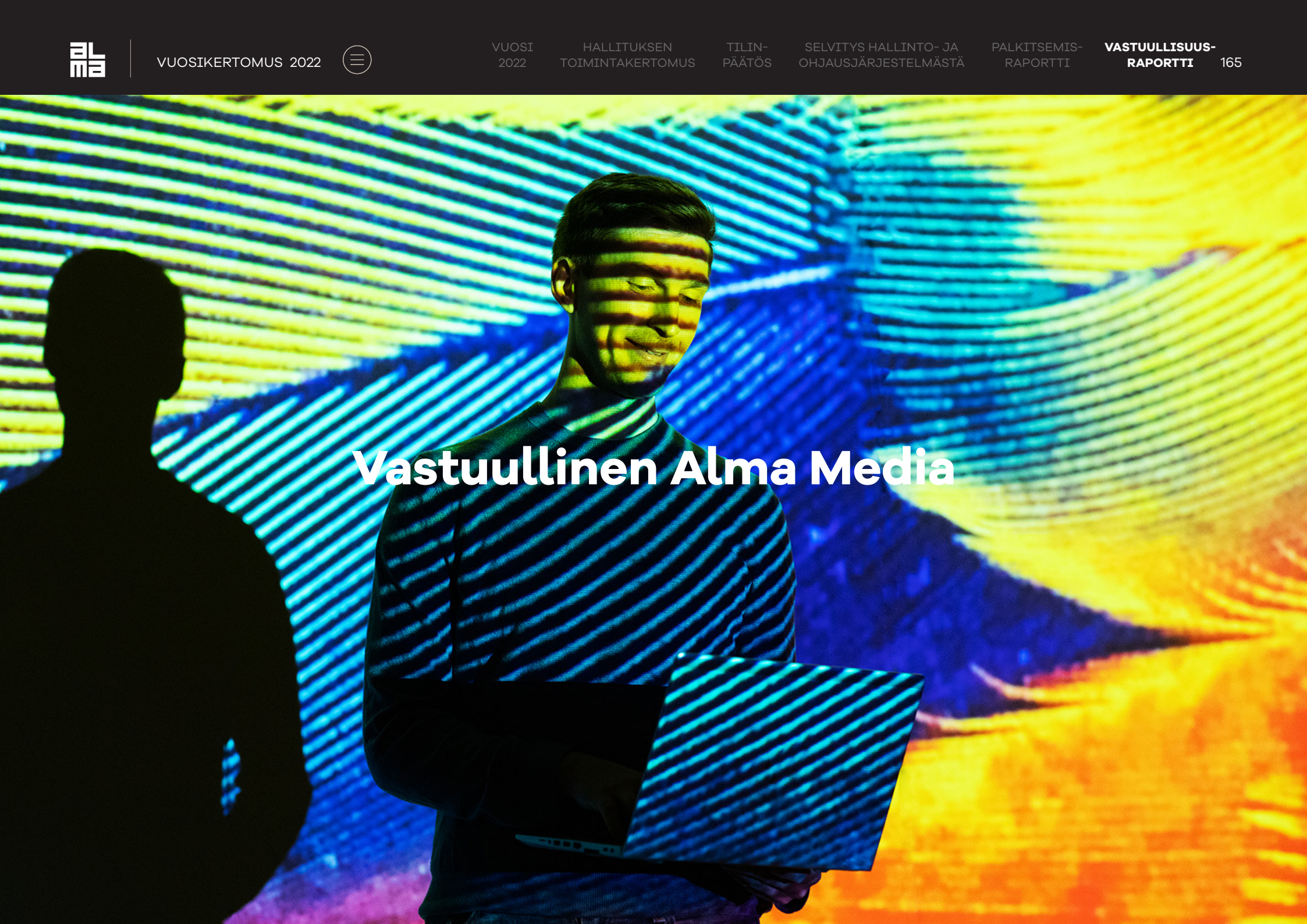
Talous- ja ammattimediamme keskittyvät kestävän talouskasvun edistämiseen. Yhteistyömme eri tahojen kanssa tähtää nuorten ja heikentyneestä työkyvystä kärsivien tukemiseen. Alma toimii työnantajana ja veronmaksajana 11 Euroopan maassa.



Mediamme uutisoivat eri toimialojen ympäristövaikutuksista ja lisäävät ymmärrystä vastuullisesta kuluttamisesta. Pyrimme maksimoimaan toimintamme positiiviset ympäristövaikutukset ja inspiroimme kestäviin valintoihin.



Mediamme ja palvelumme ovat laajasti verkottuneita yritystoiminnassa. Lukuisat kestävän kehityksen hankkeet yhdistävät meitä 11 Euroopan maassa. Valitsemme huolellisesti yhteistyökumppanimme ja edellyttämme eettisesti kestävästä liiketoiminnasta.

A man in a dark sweater holds a laptop, looking down at it. The background is a vibrant, abstract pattern of blue and yellow lines, resembling a digital or data visualization. To the left, there is a dark silhouette of another person.

Vastuullinen Alma Media

Yritysvastuun johtaminen ja riskienhallinta

Alma Median vastuullisuustyötä ohjaavat yhtiön arvot sekä Alma Median liike-toimintaan keskeisimmin liittyvät YK:n kestävä kehityksen tavoitteet:

- hyvä koulutus (YK:n kestävä kehityksen tavoite 4)
- sukupuolten välinen tasa-arvo (tavoite 5),
- ihmisarvoinen työ ja talouskasvu (tavoite 8),
- innovaatiot ja hankinta (tavoite 9),
- kestävät kaupungit ja yhteisöt (tavoite 11, liittyen asumisen markkinapaikkaliiketoimintaan Suomessa),
- vastuullinen kuluttaminen (tavoite 12, liittyen kuluttajamedian ja -palveluiden kykyyn vaikuttaa kuluttajien valintoihin),
- ilmastonmuutoksen hillintä (tavoite 13),
- rauha ja oikeudenmukaisuus (tavoite 16, liittyen median toimintaan yhteiskunnallisena instituutiona),
- ja yhteistyö- ja kumppanuudet (tavoite 17, liittyen Alma Median kykyyn vaikuttaa laajan kumppaniverkostonsa kanssa kestävään kehitykseen).

Alma Media kehittää vastuullisuuttaan yritysten liiketoimintaa ja media-alaa sääntelevää lainsäädäntöä noudattaen. Yritysvastuun kehittämistä ohjaavat yhtiön politiikat, ohjeistukset ja sitoumukset sekä yhtiön liiketoiminnan kannalta keskeisten ulkopuolisten tahojen määrittelemät ohjeistukset.

Hyvä hallintotapa

- Yritysvastuuohjelma tavoitteineen
- Eettinen ohje (Code of Conduct)
- Tiedonantopolitiikka
- Sisäpiiriohje
- Lähipiiriliiketoimia koskeva toiminta-ohje
- Palkitsemisen periaatteet ja yhtiön palkitsemispolitiikka
- Veropolitiikka
- Investointi- ja rahoituspolitiikka
- Hankintapolitiikka
- Tietoturvapoliittika
- Tietosuojaohjeistus ja -periaatteet
- Jatkuvuussuunnitelma
- Alma Median mediamyynnin mainosasiakkaita koskevat myynti- ja sopimusehdot

Ympäristövastuu

- Science Based Target -aloitteen mukaiset ilmastotavoitteet
- YK:n Global Compact -aloite ja YK:n kestävä kehityksen tavoitteet

Sosiaalinen vastuu

- Tasa-arvo- ja yhdenvertaisuusperiaatteet sekä tasa-arvo- ja monimuotoisuussuunnitelmat
- Työssä kehittymisen periaatteet
- Hallituksen monimuotoisuuspolitiikka

Journalistiset sisällöt

Muiden tahojen laatimat ohjeistukset:

- Journalistin ohjeet ja Julkisen sanan neuvosto

Media ja markkinointi

- Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöt
- Hyvää markkinointitapaa koskevat periaatteet
- Euroopan-laajuinen itsesääntely kohdennetulle verkkomainonnalle (ns. OBA-itsesääntely)
- Digitaalisen markkinoinnin verkoston IAB:n ohjeistukset, kuten IAB European Transparency & Consent Framework v2.0-säännöstö (TCF)

Alma Median vastuullisuustyötä ohjaavat yhtiön arvot sekä liiketoimintaan keskeisimmin liittyvät YK:n kestävä kehityksen tavoitteet.

Vastuullisuuden johtaminen alma mediassa

Alma Median hallitus käsittelee yritysvastuun tavoitteita ja toimenpidesuunnitelmaa arvioidessaan liiketoimintaan liittyviä riskejä sekä hyväksyessään yhtiön muun kuin taloudellisen tiedon selvityksen. Yhtiön johtoryhmä johtaa vastuullisuuden kehittämistä, asettaa vastuullisuusohjelman tavoitteet ja vastaa edistymisen seurannasta.

Vastuullisuusohjelman käytännön toteutuksesta vastaavat liiketoimintayksiköiden johto ja konsernin hankintatoimen, henkilöstöhallinnon, lakiosaston ja ICT:n nimetyt avainhenkilöt. Vastuullisuusohjelman kehittämistä koordinoi konsernin johtoryhmässä viestintä- ja brändijohtaja tukenaan konserniviestinnän tiimi. Liiketoimintoja tuetaan olennaisuuden eri osa-alueiden tavoiteasetannassa ja vastuullisuustavoitteiden saavuttamisessa, hankkeiden ja kehitystyön toteutuksessa sekä viestinnässä.

Vastuullisuuteen liittyvien riskien hallinta

Alma Median riskienhallintaa kuvataan laajemmin hallituksen toimintakertomuksessa, kattaen myös vastuullisuusriskit, joiden merkittävyyttä arvioidaan sekä taloudellisten vaikutusten että maineriskin näkökulmasta. Yhtiö kertoo läpinäkyvästi sidosryhmäviestinnässään vastuullisuusriskeistään ja yritysvastuun kehittämisen haasteistaan.

Sidosryhmävuorovaikutus

Vuorovaikutus merkittävien sidosryhmien, henkilöstön, asiakkaiden, sijoittajien ja yhteistyökumppaneiden kanssa on luonteva ja tärkeä osa Alma Median liiketoimintaa.

Alma Media hoitaa sidosryhmäsuhteitaan myös osallistumalla yhteistyöelimien

ja järjestöjen toimintaan. Jäsenyyksistä merkittävimpiä ovat Elinkeinoelämän keskusliitto EK:n, Keskuskauppakamarin, Listayhtiöiden neuvottelukunnan, Medialiiton, digimarkkinoinnin ja -mainonnan kasvua ja kehitystä ajavan IAB Finlandin, yritysvastuuverkosto FIBS:n, Helsingin kaupungin ilmastoverkoston sekä Responsible Media Forumin jäsenyydet. Toiminnan tavoitteena on käydä tasa-arvoista dialogia muiden toimijoiden kanssa sekä ennakoida toimialaan ja yritysvastuuseen liittyviä muutoksia. Näiden jäsenyyksien ohella Alma Median johtoryhmän jäsenillä tai esihenkilö- tai asiantuntija-asemassa toimivilla työntekijöillä on hallitusjäsenyyksiä muun muassa: Media-alan tutkimussäätiössä, Medialiitossa, Aikakauslehtien liitossa sekä Media Metrics Finlandissa. Alma Media on myös jäsen INMA:ssa (International News Media Association) ja ICMA:ssa (International Classified Marketplace Association Marketplaces).

Raportointivuonna Alma Median tärkein yhteiskunnallinen kumppani Suomessa oli Lasten ja nuorten säätiö, jonka kanssa yhtiöllä on pääyhteistyökumppanuussopimus. Mediyhtiönä keskeistä Alma Medialle on säilyttää puolueettomuus ja riippumattomuus sidosryhmäintresseistä.





Alma Median tärkeimmät vastuullisuustavoitteet kootusti

	KPI	Tavoite	Tulokset 2022	Tavoite 2023
Vastuullinen journalismi: Journalismi Markkinointi	Julkisen sanan neuvoston asettamat langettavat päätökset	< 5 kpl JSN:n asettamia langettavia päätöksiä Alman medioille	Kaksi JSN:n langettamaa päätöstä Iltalehdelle.	< 5 kpl JSN:n asettamia langettavia päätöksiä Alman medioille
	Kansainvälisen kauppakamarin hyvän markkinointitavan noudattaminen	0 kpl hyvää markkinointitapaa rikkovia mainoksia yhtiön medioissa tai palveluissa	0 kpl	0 kpl hyvää markkinointitapaa rikkovia mainoksia yhtiön medioissa tai palveluissa
Eettinen liiketoiminta: Henkilöstö Alihankinta	Yhtiön päivitetyn eettisen, Code of Conduct -ohjeistuksen noudattaminen oman henkilöstön keskuudessa ja alihankintaketjussa	Oma henkilöstö suorittaa yhtiön Code of Conduct -valmennuksen	100 % henkilöstöstä	100 % henkilöstöstä
		Merkittävimmät alihankkijat sitoutuvat yhtiön eettiseen ohjeistukseen	73 % merkittävimmistä alihankkijoista suoritti yhtiön valmennuksen eettisestä ohjeistuksesta.	90 % merkittävimmistä alihankkijoista on suorittanut yhtiön valmennuksen eettisestä ohjeistuksesta.
Tietoturva ja -suoja	Yhtiön palvelut ovat tietoturvallisia käyttää ja asiakasdatan käsittely on huolellista ja lainmukaista	Palveluissa ei esiinny vakavia tietosuojaloukkauksia, joista viranomainen langettaisi sakon.	0 kpl	0 kpl vakavia tietosuojaloukkauksia
Hyvä työnantaja	Työelämän laatua Alma Mediassa mittaava QWL (Quality Worklife) -henkilöstötutkimus	> 83 %	83,1 %	83 % QWL-indeksi
Ympäristövastuu: Oma toiminta (Scope 1 & 2) Alihankintaketju (Scope 3)	Sähkön, kaukolämmön ja kaukojäähdytyksen aiheuttamat hiilidioksidipäästöt ja yritysautojen energiakulutus	-52 % (2019-2030)	-9,2 % (Scope 1 & 2)	-4,3 % (Scope 1 & 2)
	Alihankintaketjun aiheuttamat epäsuorat hiilidioksidipäästöt	-14 % (2019-2030)	+8,2 % (Scope 3)	-1,23 % (Scope 3)

Liiketoimintaetiikka

Alma Media ei hyväksy työntekijöiltään tai toimittajiltaan epäeettisiä liiketoimintatapoja. Yhtiö tuomitsee korruption ja lahjonnan. Nämä ja muu keskeiset eettiset toimintaperiaatteet on kirjattu yhtiön eettiseen ohjeistukseen, joka muodostaa yhtiön vastuullisen liiketoiminnan

perustan. Ohjeistusta käsittelevä digitaalinen valmennus on osa työntekijöiden perehdytystä ja 100 prosenttia Alma median henkilökunnasta toimintamaisamme on suorittanut Code of Conduct -valmennuksen. Myös merkittävimpien alihankkijoiden edellytetään suorittavan

alihankkijoille ja yhteistyökumppaneille on toteutettu Code of Conduct -verkkokoulutus.

Yhtiö ei ota tai anna poliittisia tai muita tukia, jotka voisivat vaarantaa sen riippumattomuuden. Alma Median mediat

myöntävät mainontaa koskevia alennuksia yhteiskunnallisille toimijoille, kuten kansalaisjärjestöille ja yhdistyksille, sekä vaalimainontaa tekeville puolueille ja vaaliehdokkaille, mutta ehdot ovat yhtäläiset kaikille.

Taulukko 1: Liiketoimintaetiikka

Määritelmä 2022	Eteneminen 2022	Määritelmä 2023
Alma Media ei hyväksy työntekijöiltään tai toimittajiltaan epäeettisiä liiketoimintatapoja, tuomitsee korruption ja lahjonnan, ja edellyttää sitoutumista yhtiön eettiseen ohjeistukseen.	Jalkautimme Alma Median päivitetyn kurssimuotoisen Code of Conduct -valmennuksen henkilöstöllemme yhdellätoista kielellä, yhdessätoista Euroopan maassa.	Alma Media ei hyväksy työntekijöiltään tai toimittajiltaan epäeettisiä liiketoimintatapoja, tuomitsee korruption ja lahjonnan, ja edellyttää sitoutumista yhtiön eettiseen ohjeistukseen.
Tahtotila		Tahtotila
Alma Median henkilöstö ja alihankkijat ovat suorittaneet yhtiön Code of Conduct -valmennuksen ja sitoutuneet noudattamaan sitä kaikissa toimitissaan.	Suunnittelimme ja toteutimme alihankkijoillemme suunnatun Supplier Code of Conduct -valmennuksen. Edellytimme Code of Conduct -valmennuksen suorittamista jokaiselta uudelta työntekijältämme.	Yhtiön henkilöstön keskuudessa tai sen alihankintaketjussa ei esiinny yhtiön eettistä ohjeistoa loukkaavaa toimintaa.
Tavoitteet 2022:		Tavoitteet 2023:
Alman henkilöstö kaikissa maissa suorittaa päivitetyn Code of Conduct -valmennuksen.	Alman henkilöstöstä 100 % oli suorittanut yhtiön päivitetyn Code of Conduct -valmennuksen vuoden 2022 loppuun mennessä.	Alman koko henkilöstö kaikissa toimintamaissa, mukaan lukien uudet työntekijät, on suorittanut päivitetyn Code of Conduct -valmennuksen.
50 % yhtiön alihankintaketjun merkittävimmistä toimittajista on sitoutunut Alma Median eettiseen ohjeistuksen noudattamiseen.	Alma Media sitoutti kaikkia keskeisiä alihankkijoitaan suorittamaan Supplier Code of Conduct -valmennuksen. 73 % hankintojen arvon perusteella merkittävimmistä toimittajista suoritti Supplier Code of Conduct -valmennuksen toimintamaissamme vuoden 2022 loppuun mennessä.	90 % Alma Median merkittävimmistä alihankkijoista on sitoutunut yhtiön eettiseen ohjeistukseen suorittamalla Supplier Code of Conduct -valmennuksen.
Whistleblow-ilmiantokanava tuo yhtiön tietoon kaikki epäilyt mahdollisista väärinkäytöksistä yhtiössä.	Whistleblow-ilmiantokanava käytössä kaikissa Alma Median toimintamaissa yhdellätoista kielellä.	Whistleblow-ilmiantokanava tuo yhtiön tietoon kaikki epäilyt mahdollisista väärinkäytöksistä yhtiössä.
Yhtiössä tai sen alihankintaketjussa ei esiinny korruptiota, lahjontaa tai ihmisoikeusloukkauksia.	Alma Mediassa ei tullut vuonna 2022 ilmi korruptiotapauksia tai yrityksiä rajoittaa kilpailua. Yhtiön tiedossa ei ole käynnissä olevia Alma Mediaan liittyviä viranomaisutukintoja.	Riskienhallintaa parannetaan edelleen tarkastelemalla Alma Median toiminta-alueiden riskiprofilia ja tarvittaessa tehostetamalla viestintää ja koulutusta.

Alma Medialla on nollatoleranssi epäeettisten liiketoimintatapojen suhteen. Alma Median työntekijöiden ja sidosryhmien käytössä on Whistleblow-kanava, jonka välityksellä he voivat halutessaan anonymisti raportoida epäilyistä väärinkäytöksistä. Liiketoiminnan määräysten mukaisuudesta, eettisyydestä ja läpinäkyvyydestä vastaa Alma Median konsernijohto. Konsernijohtoon edustajista muodostettu Whistleblow-tiimi vastaanottaa ilmoitukset ja raportoi niistä yhtiön hallituksen tarkastusvaliokunnalle. Toimintaohjeen vastainen toiminta johtaa tarpeellisiin toimenpiteisiin ja tarvittaessa työsuhteen päättämiseen. Raportointivuonna yhtiön tietoon tuli Whistleblow-kanavan kautta kolme liiketoimintaan liittyvää epäilyä eettisen ohjeistuksen rikkomisesta.

Alma Mediassa ei tullut vuonna 2022 ilmi korruptiotapauksia tai yrityksiä rajoittaa kilpailua. Yhtiö ei saanut myöskään viranomaisuomautuksia tai tuomioita taloudellista tai sosiaalista vastuutaan koskevien sääntöjen tai lakien rikkomisesta, eikä oikeudenkäynteihin liittyviä taloudellisia tappioita näin syntynyt.

Alma Median liiketoiminnan perustan muodostaa kuluttajien ja mainostajien luottamus sen tarjoamiin sisältöihin ja palveluihin, eikä yhtiön uskottavuus riippumattomana, luotettavana ja vastuullisena toimijana saa vaarantua. Yhtiön mediat

eivät vastaanottaneet valtiollisia tai yksityisiä tukia toimintansa rahoittamiseksi.

Alma Median verojalanjälki vuonna 2022

Taatakseen liiketoimintansa läpinäkyvyyden Alma Media raportoi vuosittain verojalanjäljestään. Yhtiön veropolitiikan mukaisesti verot maksetaan maahan, jossa tulos syntyy. Alma Median palvelut ovat monissa toimintamaissa alansa johtavia palveluita ja houkuttelevia työnantajia. Ne tukevat alueensa taloudellista toimeliaisuutta maksamalla veroja ja hankkimalla alihankkijoilta tuotteita ja palveluita.

Toiminnassa noudatetaan voimassa olevia lakeja, ohjeistuksia sekä kansainvälisiä siirtohinnoitteluohjeita. Yritysten verokannat tuloverotuksessa vaihtelevat Alma Median toimintamaissa Bosnia ja Hertsegovinan 10:n ja Slovakian 21 prosentin yhteisöverokannan välillä. Raportointivuonna Alma Media ei vastaanottanut tukea julkisista tai yksityisistä lähteistä. Arvonluontimalli hallituksen toimintakertomuksen sivulla 21 kuvaa Alma Median sidosryhmilleen tuottamaa lisäarvoa.

Raportointivuoden kehityshankkeet

Raportointivuonna Alma Media toteutti alihankkijoille ja yhteistyökumppaneille suunnatun eettisen ohjeistuksen, Code

Tilikaudella maksetut verot

	Suomi	Tsekki	Slovakia	Baltia	Ruotsi	Muut maat	Yhteensä
Yhteisövero	2,6	4,0	1,6	1,0	0,7	1,0	10,4
Efektiivinen veroaste	19,5 %	19,5 %	21,8 %	20,0 %	20,7 %	17,1 %	20,6 %
Sosiaaliturvamaksut	1,6	4,1	1,0	0,8	0,3	0,8	8,8
Muut maksettavat verot	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7
Maksettavat verot yhteensä	4,3	9,7	2,7	0,2	1,0	1,8	21,0
Arvonlisäverot	19,7	11,3	2,9	1,7	1,1	2,6	39,3
Työntekijöiden ennakonpidätykset	20,6	0,0	0,7	0,7	0,3	0,7	23,0
Muut kerätyt verot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kerätyt verot yhteensä	40,2	11,3	3,6	2,4	1,4	3,3	62,2
Maksetut ja kerätyt verot yhteensä	44,5	21,1	6,3	4,0	2,3	5,1	83,2

of Conduct -verkkovalmennuksen. Vuoden 2022 loppuun mennessä 73 % Alma Median merkittävimmistä toimittajista 11 toimintamaassa oli suorittanut Code of Conduct -valmennuksen.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2023

Vuonna 2023 yhtiö jatkaa alihankkijoidensa sitouttamista Alma Median toimittajien eettiseen ohjeistukseen. Tavoitteena on sitouttaa myös yhtiön uudet alihankkijat ja yhteistyökumppanit yhteistyösopimusta tehtäessä Alma Median Supplier Code of Conduct -kurssin suorittamiseen. Lisäksi

riskienhallintaa parannetaan tarkastelemalla Alma Median toiminta-alueiden riskiprofilia ja tarvittaessa viestintää ja koulutusta tehostetaan. Alma Media on määritellyt yhtiön vastuullisuuden keskeisimmät osa-alueet ja näille tavoitearvot, KPI-mittariston. Yhtiön vastuullisuustavoitteet ovat myös osa kaikkien almalaisten kannusteperusteita taloudellisten tavoitteiden rinnalla.

Ilmastonmuutos

Alma Media on jo kahden vuosikymmenen ajan määrätietoisesti toteuttanut liiketoiminnan digitaaliseen transformatioon perustuvaa strategiaa ja myös onnistunut siinä. Viimeisen kuuden vuoden aikana Alma Media on puolittanut oman toiminnan aiheuttamat kasvihuonekaasupäästöt. Paitsi ympäristöystävällisempää, on digitaalisten sisältöjen ja palveluiden tuottaminen sekä niiden

jakelu myös kustannustehokkaampaa printtituotteisiin verrattuna. Siirtymä printistä digiin on näkynyt yhtiön kannattavuuden parantumisena ja oikaistun liikevoiton kasvussa.

Päätös investoida digitaaliseen liiketoimintaan on myös lieventänyt ilmastonmuutokseen liittyviä yhtiön lyhyen ja keskipitkän aikavälin riskejä. Samalla

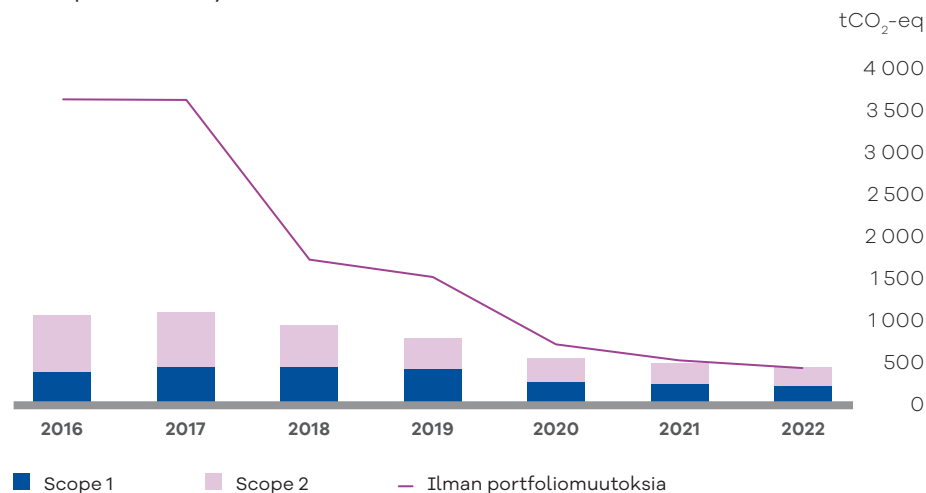
siirtymä vähähiiliseen yhteiskuntaan on luonut liiketoiminnallisia mahdollisuuksia sekä lisännyt resurssitehokkuutta. Digitransformaation myötä Alma Media on voinut vähentää päästöjään, optimoida jakelureittejään ja tuotantoaan niin energian käytön kuin materiaalien suhteen. Digitaalisten sisältöjen ja palveluiden tuottaminen kuluttaa materiaaleja ja sähköä huomattavasti printtiliiketoimintaa

vähemmän. Alma Median Suomen liiketoiminnan datan hallintaan tarkoitettu pilvipalvelut tai tietoliikennepalvelut tuotetaan pääosin joko uusiutuvalla energialla tai niiden päästöt kompensoidaan.

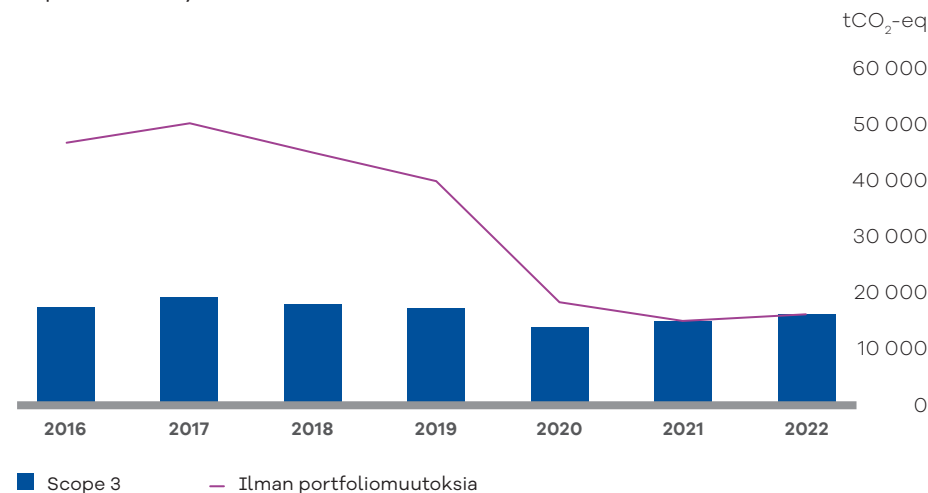
Vuonna 2022 Alma Median liiketoiminnasta jo 80 prosenttia, eli noin 250 miljoonaa euroa muodostui digitaalisista lähteistä. Yhtiön

Päästövähennemä 2016-2022 Scope 1 & 2 ja Scope 3

Scope 1 + 2 päästökehitys



Scope 3 päästökehitys



Luvut voivat poiketa aiemmin ilmoitetuista johtuen SBTi 1.5C validoinnin mukaisesta laskentatavasta, päästökertoimien tarkentumisesta sekä tarkentuneista laskenta-arvoista.

käyttöomaisuusinvestoinnit digitaalisessa liiketoimintamallissa ovat vuosittain noin 3–4 miljoonaa euroa. Siirtymä printistä digiin on ollut merkittävässä roolissa, kun yhtiön kannattavuus on parantunut vuosina 2016–2022.

Ympäristövastuun johtaminen

Alma Media oli kolmas mediayhtiö maailmassa julkistaessaan hyväksytyt tieteeseen perustuvat ilmastotavoitteet vuonna 2018. Liiketoiminnan merkittävien muutosten myötä vuoden 2016 lähtöäsoon pohjautuva 2025 SBT-tavoite saavutettiin etuajassa ja yhtiö halusi päivittää ilmastotavoitteensa, samalla tiukentaen sitä merkittävästi.

Alma Median oman toiminnan hiilijalanjälki on matala ja yhtiön synnyttämistä kasvihuonekaasuista vain neljä prosenttia syntyy yrityksen omasta toiminnasta ja 96 prosenttia alihankintaketjussa. Kesäkuussa 2022 Science Based Targets (SBT) -organisaatio hyväksyi Alma Median uudet tieteeseen perustuvat ilmastotavoitteet. Alma Media on sitoutunut vähentämään absoluuttisia Scope 1 ja Scope 2 -kasvihuonekaasupäästöjään 52 prosenttia ja 14 prosenttia alihankintaketjustaan vuoteen 2030 mennessä verrattuna vuoteen 2019. SBTi-aloitteen pyrkimyksenä on rajoittaa maailmanlaajuisesti ilmaston lämpeneminen enintään

1,5 celsiusasteeseen. Alma Median suunnitelman mukaiset päästövähennykset kohdistuvat erityisesti työsuhteautojen ja sähkön, toimitilojen kaukolämmön ja -kylmän päästöjen vähentämiseen ja alihankintaketjussa lehtien painamiseen, logistiikka- ja ICT -hankintoihin.

Alma Median hallitus seuraa yhtiön vastuullisuusohjelmassa asetettujen ympäristövastuun tavoitteiden edistymistä. Avainhenkilöt toimintakohtaisesti yhdessä johtoryhmän kanssa suunnittelevat ja päättävät toteutettavista toimenpiteistä. Alma Media tai sen liiketoimintayksiköt eivät saaneet raportointivuonna toimintamaissaan rangaistuksia tai huomautuksia ympäristölakien tai -säännösten rikkomisesta. Ilmastotavoite on yksi

Alma Median johdolle ja henkilöstölle yhteisistä kannusteperusteista.

Vastuullisuustavoitteiden saavuttaminen vuonna 2022

Alma Median vuonna 2022 asettaman SBTi-tavoitteen mukaan yhtiön tulee vähentää sähkön, kaukolämmön ja kaukokylmän sekä polttoaineen kulutuksesta aiheutuvia kasvihuonekaasupäästöjään vuosittain 4,3 prosenttia ja 52 prosenttia vuoteen 2030 mennessä. Hankinnoista johtuvien, epäsuorien kasvihuonekaasupäästöjen tulee vähentyä 14 prosenttia vuoteen 2030 mennessä ja 1,23 prosenttia vuosittain. Jälkimmäisestä tavoitteesta raportoidaan vastuullisuusraportin sivulla 21 (vastuullinen toimitusketju) / vuosiraportin sivulla 176.

**Sähkön,
kaukolämmön
ja -kylmän sekä
polttoaineen
kulutuksesta
aiheutuvia
kasvihuone-
kaasupäästöjä
vähennetään 52
prosenttia vuoteen
2030 mennessä.**

Taulukko 2: Alma Media ja ympäristö

	Yksikkö	2019	2020	2021	2022
Energian määrä					
Polttoaineet	GJ	6 151	3 946	3 634	3 380
Sähkö	GJ	7 455	5 991	5 414	5 429
Kaukolämpö ja kaukokylmä	GJ	4 955	3 880	6 071	5 423
Päästöt					
Välittömät päästöt (Scope 1)	tCO ₂ -ekv				
Polttoaineet		420	264	240	217
Epäsuora päästöt (Scope 2)	tCO ₂ -ekv				
Kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkö, hankintaperusteinen		375	291	250	228
Kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkö, sijaintiperusteinen		494	349	411	386
Uusiutuvan energian osuus Scope 1&2		28 %	36 %	49 %	53 %
Uusiutuvan energian osuus Scope 2		42 %	49 %	63 %	68 %
Scope 3	tCO ₂ -ekv	17 338	13 964	14 996	16 222

Parantaakseen päästölaskennan luotettavuutta ja jatkuvuutta Alma Media otti vuonna 2021 käyttöön kansainvälisen energiajärjestö IEA:n mukaiset maakohtaiset päästökertoimet niiltä osin, joissa ei ole ollut käytettävissä energiatuotajakohdaista päästökerrontaa ja suoritti päästöluvuilleen takautuvasti uudelleenlaskennan. Vuosia 2019–2022 koskevat luvut on oikaistu koskemaan vain yhtiön jatkuvia liiketoimintoja. Ympäristölukujen raportointi kattaa koko Alma Median.

Vuonna 2022 yhtiön raportoimat Scope 1 ja Scope 2 -päästöt vähenivät 9,3 % vuoteen 2021 verrattuna. SBTi 2019 tasoon verrattuna muutos on -44,1 %. Päästöttömän, vesivoimalla tuotetun sähkön hankintaa jatkettiin Suomessa vuonna 2022.

Taulukko 2 edellisellä sivulla kuvaa yhtiön jatkuvien toimintojen oman energian määrän, suorien kasvihuonekaasupäästöjen (Scope 1) ja epäsuorien (Scope 2) kasvihuonekaasupäästöjen määrän ja kehityksen. Yhtiön hallinnassa olevien kiinteistöjen käyttämä energiakulutus oli yhteensä 3 013 megawattituntia sähköä, kaukolämpöä ja kaukokylmää. Tästä uusiutuvan energian osuus oli 68 %. Yhtiön omien ja työsuhdeautojen energiakulutus väheni 6,9 % verrattuna edellisvuoteen. Työsuhdeautojen energiakulutuksen lasku johtui liiketoiminnassa etätyön ja etäneuvotteluiden lisääntymisestä sekä autokannan uusiutumisen vähäpäästöisempään energiatehokkaampaan suuntaan. Alma Media laskee sähkön, kaukolämmön ja -kylmän kulutuksensa pääasiassa Suomen kiinteistöissään

energiayhtiöiden laskuttaman kulutuksen perusteella. Myös yhtiön muissa toimintamaissa toimitaan näin, mikäli kulutusdataa on saatavilla. Jos dataa ei saada ja koska energia sisältyy kiinteistön kuukausivuokraan, sähköenergian kulutus lasketaan pinta-alan perustuen. Suomen liiketoimintojen osalta sähkö on vesivoimalla tuotettua, päästötöntä ja uusiutuvaa. Suomen pääkonttorin osalta uusiutuvalla energialla tuotetun kaukolämmön ja -kylmän hankintaa jatkettiin vuonna 2022.

Alma Median omien ja vapaan autoedun työsuhdeautojen energian kulutustiedot kerätään pääosin palveluntarjoajilta. Päästölaskenta perustuu todelliseen energiakulutukseen, jossa ostetut energialajit on kerrottu energialajikohtaisilla

päästökertoimilla käyttömaittain. Scope 1 -päästöt muodostuvat pääasiallisesti hiilidioksidipäästöistä (CO₂). Alma Media käyttää hankintaperusteisten Scope 2 -päästöjen laskennassa mahdollisuuksien mukaan energian toimittajakohtaisia päästöarvoja. Niiden puuttuessa käytetään IEA:n maakohtaisia päästökertoimia, joihin myös sijaintiperusteinen päästölaskelma perustuu. Yhtiön kasvihuonekaasujen päästöintensiteetti vuonna 2022 oli 0,2 tCO₂-ekv/henkilö. Alma Media laskee kasvihuonekaasujen päästöintensiteettinsä Scope 1:n ja hankintaperusteisesti laskettujen Scope 2 -päästöjensä perusteella. Päästöintensiteetti ilmoitetaan suhteutettuna henkilöstömäärään. Kiinteistöjen sähkön, kaukolämmön ja kaukokylmän kulutuksen aiheuttamat kasvihuonekaasupäästöt

Taulukko 3: Ilmastonmuutos

Määritelmä 2022	Edistyminen 2022	Määritelmä 2023
2022 asetetun, 1,5°C raja-arvon SBTi-tavoitteen mukaisesti oman toiminnan (Scope 1&2) kasvihuonekaasupäästöjen tulee vähentyä vuosittain 4,3 % ja 52 % vuoteen 2030 mennessä. Alihankintaketjussa (Scope 3) kasvihuonekaasupäästöjen vähentyminen vuosittain 1,23 % ja yhteensä 14 % vuoteen 2030 mennessä verrattuna vuoteen 2019.	Alma Median tieteeseen perustuva ilmastotavoite sai virallisen hyväksynnän SBTi-organisaatilta kesäkuussa 2022. Omalle toiminnalle ja alihankintaketjulle asetetut vuosittaiset Scope 1, 2 & 3 -tavoitteet saavutettiin.	Vuoteen 2030 asetetun, 1,5°C raja-arvon SBTi-tavoitteen mukaisesti oman toiminnan (Scope 1&2) kasvihuonekaasupäästöjen tulee vähentyä vuosittain 4,3 % ja vuoteen 2030 mennessä, verrattuna vuoteen 2019 yhteensä 52 %.
Tahtotila:		Tahtotila:
Oman toiminnan kasvihuonepäästöjen minimointi. Toimialan suunnannäyttävä vähäpäästöiseen liiketoimintaan siirtymisessä ja ilmastomuutoksen hillitsemisessä.	Vuosittainen Scope 1 ja 2 tavoitteet saavutettiin, mutta Scope 3 -tavoitetta ei saavutettu.	Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöjen minimointi. Toimialan suunnannäyttävä vähäpäästöiseen liiketoimintaan siirtymisessä ja ilmastomuutoksen hillitsemisessä.
Tavoitteet 2022:		Tavoitteet 2023:
Suorien (Scope 1&2) päästöjen vähentyminen vuosittain 4,3 % ja 52 % vuoteen 2030 mennessä (kiinteistöt, energia, työsuhdeautot).	Vuonna 2022 suorat (Scope 1&2) kasvihuonekaasupäästöt vähenivät -9,3 % verrattuna vuoteen 2021 ja vähemmän verrattuna vuoteen 2019 oli -44,1 %	Suorien (Scope 1&2) kasvihuonekaasupäästöjen vähentyminen 4,3 % verrattuna vuoteen 2022 (kiinteistöt, energia työsuhdeautot) ja vähemmän vuoteen 2030 verrattuna vuoteen 2019 yhteensä 52 %.
Epäsuorien (Scope 3) alihankintaketjussa syntyvien kasvihuonekaasupäästöjen 1,23 % vähentyminen vuoteen 2021 mennessä ja 14 % vähemmän vuodesta 2019 vuoteen 2030.	Epäsuorat (Scope 3) kasvihuonekaasupäästöt kasvoivat 8,2 % verrattuna vuoteen 2021 ja vähenivät yhteensä -6,4 % verrattuna vuoteen 2019.	Epäsuorien (Scope 3) kasvihuonekaasupäästöjen 1,2 % vähentyminen vuosittain ja 14 % vähemmän vuoteen 2030.



laskivat vertailuvuodesta 9,3 prosenttia 228 tCO₂-ekviiniin hankintaperusteisesti laskettuna. Energiakulutus mitataan maa-, laji- ja tuottajakohtaisilla päästökertoimilla.

Ilmastomuutokseen liittyvien riskien hallinta

Alma Media soveltaa riskien arvioinnissa ja hallinnassa liiketoimintalähtöistä ja kokonaisvaltaista lähestymistapaa ja ilmastoon liittyvät riskit ovat mukana tässä prosessissa. Riskien tunnistamisprosessi on sama lyhyen, keskipitkän ja pitkän aikavälin riskien osalta. Kaikki liiketoiminta-alueet ja useimmat liiketoiminnan kannalta kriittiset toiminnot sisältyvät yhtiön laajuiseen, konsolidoituun riskienhallintaprosessiin. Matriisissa riskit ja parametrit arvioidaan asteikolla; matala, keskitaso ja korkea. Jokaiselle riskille annetaan laadullinen arvio todennäköisyydestä ja seurauksista. Arvioidut tulokset asetetaan riskimatriisiin. Yhtiö pitää riskiä olennaisena, kun riskin toteutumisen todennäköisyys on suuri kuuden kuukauden sisällä ja nettotappiot ovat yli 10 miljoonaa euroa (korkea riski).

Liiketoimintasegmenttien taloudesta vastaava ryhmä vastaa segmentin riskimatriisin laatimisesta. ICT-organisaation johtaja kokoaa myös riskimatriisin, sillä turvallinen, nopea ja luotettava ICT:n toiminta on yhtiön liiketoiminnan kannalta kriittistä

ja ICT voi valita digitaalisia ratkaisuja, jotka korvaavat energiantensiivisempiä ratkaisuja. Konsernin riskimatriisissa merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät sekä niihin liittyvät olennaiset muutokset ja vastaukset niihin raportoi talousjohtaja hallituksen tarkastusvaliokunnalle. Alma Median hallitus käsittelee konsernin merkittävimpiä riskejä ja epävarmuustekijöitä. Hallitus raportoi merkittävimmistä riskeistä ja epävarmuustekijöistä ja mahdollisista olennaisista muutoksista yhtiön puolivuotis- ja osavuositarkastuksissa. Talousjohtaja koordinoi riskienhallintaprosessia ja suorittaa riskien tunnistamisen, riskienhallinnan määrittämisen ja vastaa toteutuksesta yhdessä liiketoimintojen ja ICT:n kanssa. Koko henkilöstön tulee tietää ja hallita vastuualueensa riskit.

Alma Media on tunnistanut ilmastomuutokseen liittyviä riskejä, joilla voi olla merkittävä taloudellinen tai strateginen vaikutus yhtiön liiketoimintaan. Alma Media hallitsee ympäristöriskejään kehittämällä systemaattisesti toimintojaan tieteeseen perustuvien SBTi-ilmastotavoitteidensa mukaisesti sekä käymällä aktiivista ympäristödialogia avaintoimittajiensa kanssa. Hankintojen osalta ympäristöriskejä pienentää Alma Median toiminta 11 Euroopan maassa. Hankinnat kaikissa maayksiköissä on keskitetty kotimaahan tai lähialueille, joissa yhtiötä valvotaan kattavasti.

Ilmastonmuutokseen liittyvät riskit ja mahdollisuudet

Esimerkkejä ilmastonmuutokseen liittyvistä riskeistä ja mahdollisuuksista Alma Median liiketoiminnassa ovat EU-tasaisen yrityksiä koskevan sääntelyn kiristyminen ja hiilen hinnoittelumekanismien muuttuminen. Ilmastonmuutoksella on todennäköisesti laajat vaikutukset kuluttajien käyttäytymiseen, ja Alma Median on sopeuduttava näihin muutoksiin pysyäkseen kilpailukykyisenä markkinoilla. Kun tietoisuus kulutustottumusten ympäristövaikutuksista kasvaa, saattavat kuluttajat tehdä todennäköisemmin valintoja, jotka ovat kestävämpiä tai ympäristöystävällisempiä. Lisäksi ilmastonmuutos voi muuttaa kuluttajien käyttäytymistä vaikuttamalla tiettyjen tuotteiden saatavuuteen ja hintaan, mikä voi johtaa muutokseen myös asiakkaiden mainonnassa ja markkinoinnissa.

Ilmastonmuutoksesta johtuvien sään ääri-ilmiöiden kuten tulvien ja niistä seuraavien maanvyörymien arvioidaan jossain määrin lisäävän digitaalisten palveluiden palvelukatkoksen riskiä Alma Median eri toimintamaissa. Digitaalisten palveluiden palvelukatkoksien riskiä pienennetään toimintavarmuutta kehittämällä. Toimintavarmuutta on parannettu siirtämällä kaikki Alma Median liiketoiminnan näkökulmasta tärkeät palvelut pilvipalveluihin, ja muu tarvittava

palvelinkapasiteetti ostetaan alihankkijoiden ylläpitämistä nykyaikaisista palvelinkeskuksista.

Riskien lisäksi yhtiö on tunnistanut myös ilmastonmuutokseen liittyviä mahdollisuuksia liiketoiminnassa, joista merkittävintä on digitaalinen siirtymä. Kuluttajien kasvava kiinnostus digitaalisten palveluiden käyttöön myös suuremmissa hankinnoissa, kuten kotiin ja asumiseen tai autoliikenteeseen liittymään, lisää Alma Median liiketoimintamahdollisuuksia. Myös vähäpäästöisten energialähteiden lisääntyvä käyttö on mahdollisuus Alma Median liiketoiminnassa ja luo yhtiölle kustannussäästöjä.

Alma Median palvelut tavoittavat omilla toiminta-alueillaan valtaosan kuluttajista ja ovat markkinajohtajan asemassa 11 maassa. Liiketoiminnasta jo 80 %:a perustuu digitaalisiin liiketoimintamalleihin, joka on hyvin skaalautuvaa ja mahdollistaa näin lisäpalveluiden ja kokonaan uuden digitaalisen liiketoiminnan kehittämisen vähähiiliseen yhteiskuntaan siirryttäessä.

Alma Media noudattaa TCFD (Taskforce on Climate-related Financial Disclosure) kansainvälistä raportointisuositusta ilmastoon liittyvistä yrityksen riskeistä ja mahdollisuuksista. Alma Median TCFD:n mukainen ilmatoriskejä kuvaava

taulukko löytyy vastuullisuusraportin sivulta 42 / vuosiraportin sivulta 197.

Ympäristövastuun kehittämisen painopisteet vuonna 2023

Venäjän hyökättyä Ukrainaan helmikuussa 2022, Suomi kohtasi yhdessä muun Euroopan kanssa energiakriisin. Venäjä alkoi kiristää energia-aseellaan Eurooppaa ja kevään ja kesän aikana sähkön, hakkeen, putkikaasun, hiilen ja öljyn tuonti Venäjältä päättyi. Erityisesti sähkön hinta oli kriisistä johtuen ajoittain erittäin korkea, mutta historiallisen kovia hintoja maksettiin melkein kaikista energiamuodoista. Suomen ja Alma Median toimintamaiden riippuvuus maakaasusta oli kuitenkin muuta Eurooppaa vähäisempää. Karmaiseva sota Ukrainassa on pakottanut koko Eurooppaa innovoimaan ja uudistumaan energian saralla. Uusiutuva energia, vety, uudet teknologiat ja energiatehokkuus ovat muuttuneet mahdollisuuksista todellisuudeksi lähes kaikissa yhtiön toimintamaissa.

Vuonna 2023 Alma Media keskittyy edelleen oman toiminnan hiilijalanjäljen minimointiin ja päästöjen vähentämiseen alihankintaketjussa sekä oman toiminnan ilmastoa säästävien vaikutusten vahvistamiseen. Alma Median SBTi-tavoite tarkoittaa vuositason minimissään 4,3 %:n vähenemää oman toiminnan

aiheuttamien kasvihuonekaasupäästöjen osalta ja minimissään 1,2 %:n päästövähennyksiä alihankintaketjussa.

Alma Media jatkaa yhtiön merkittävimpien palvelutoimittajien sitouttamista ilmastotavoitteisiin ja yhtiön eettisen ohjeistuksen suorittamiseen. Yhtiön autokannan uusiutumisesta vähäpäästöisempään energiatehokkaampaan suuntaan jatketaan kaikissa toimintamaissa. Alma Median toimintamaissa itäisessä Keski-Euroopassa käydään lisäksi aktiivista dialogia toimitilojen vuokranantajien kanssa mahdollisuuksista varmistaa vähäpäästöisen ja uusituvan energian käyttö. Eri toimilla varmistetaan, että yhteistyö ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi, kestävän kulutuksen ja eettisen hyvän hallintotavan edistämiseksi liike-toiminnassa on riittävän kunnianhimoista, kattavaa ja vaikuttavaa.

Toimitusketjun vastuullisuus

Toimitusketjun vastuullisuuden kehittäminen ja painopisteet vuonna 2023

Alma Median päivitetty tieteeseen perustuvat ilmastotavoitteet hyväksyttiin kesäkuussa 2022. Yhtiön SBTi-tavoitteen saavuttaminen edellyttää, että alihankintaketjussa syntyvät kasvihuonekaasujen päästöt vähenevät 14 % vuoteen 2030 mennessä verrattuna vuoteen 2019. Tavoitteen mukaisesti alihankintaketjussa syntyviä päästöjä tulee vuosittain vähentää 1,23 %:a. Päästövähenemän tavoite kohdistuu ensisijaisesti yhtiön paino- ja logistiikkahankintoihin sekä ICT-palveluiden hankintaan.

Yhtiö käy avainaliyhankkijoidensa kanssa säännöllistä dialogia ympäristötavoitteiden saavuttamisen lisäksi myös eettisesti kestävä liiketoiminnan harjoittamisen tärkeydestä. Suhteitamme alihankkijoihin määrittää yhtiön eettinen ohjeistus, joka kieltää yksiselitteisesti korruption, lahjonnan, ihmisoikeusrikkomukset sekä muun henkilöstön epäasiallisen kohtelun. Vastuullisuuden kehittämiseksi alihankintaketjussaan Alma Media sitoutti vuoden 2022 aikana merkittävimmät toimittajiaan yhtiön alihankkijoille ja yhteistyökumppaneille suunnatun Supplier Code of Conduct -kurssin suorittamiseksi, tavoitteena sitouttaa

vähintään puolet merkittävistä toimittajista. Vuoden loppuun mennessä yli 70 % yhtiön merkittävimmistä alihankkijoista oli suorittanut valmennuksen ja sitoutunut ohjeistukseen. Alma Media varaa itselleen oikeuden valvoa toimittajiensa vastuullisuutta suorittamalla katselmuksia alihankkijoiden tiloissa tai vaatimalla dokumentaatiota tuotettujen palveluiden tai tuotteiden vastuullisuudesta. Kun yhtiö solmii uuden, merkittävän alihankintasopimuksen, tuotantotiloihin tehdään aina tutustumiskäynti ennen toimittajan lopullista valintaa. Vuonna 2022 Alma Median tietoon ei tullut alihankkijoiden keskuudessa yhtiön

Suhteitamme alihankkijoihin määrittää eettinen ohjeistuksemme, Supplier Code of Conduct.

Taulukko 4: Muut epäsuorat päästöt (Scope3)

tCO ₂ -ekv	2019	2020	2021	2022
Ostetut tuotteet ja palvelut (kategoria 1)	13 304	10 385	11 871	13 057
Tuotantohyödykkeet (kategoria 2)	0	0	0	0
Polttoaineen tuotanto ja energiansiirtohäviöt, jotka ei sisälly Scope 1 tai 2 (kategoria 3)	183	124	138	128
Tuotteiden kuljetus ja palvelu (upstream. kategoria 4)	3 476	3 257	2 778	2 764
Liikematkustus (kategoria 6)	165	23	37	103
Työmatkaliikenne (kategoria 7)	81	63	65	72
Myytyjen tuotteiden loppukäsittely (kategoria 12)	93	74	67	58
Investoinnit (kategoria 15)	36	38	39	39
Scope 3 päästöt yhteensä SBTi 1.5C validoinnin mukaisesti	17 338	13 964	14 996	16 222
Myytyjen tuotteiden käyttö (kategoria 11)	212	158	141	135

Nämä Scope 3 -kategoriat on validoinnissa käyty läpi, mutta eivät ole relevantteja Alman liiketoiminnassa.

5. Jätteet (raportoitu palveluostoina)
8. Ulosvuokrattu omaisuus
9. Kuljetukset ja jakelu (Downstream) - raportoitu palveluostoina
10. Myytyjen tuotteiden prosessointi
13. Itselle vuokrattu omaisuus (raportoitu palveluostoina)
14. Franchising

eettistä ohjeistusta rikkovaa toimintaa. Alma Media jatkaa merkittävimpien toimittajiensa sitouttamista yhtiön eettisen ohjeistukseen myös vuonna 2023.

Yhtiön merkittävimmät alihankkijat ovat nimettyjä ICT-, paino- ja jakelutoimittajia, joilta jatkuvat ostot muodostavat 46 prosenttia yhtiön hankinnoista. Vastaavasti sisällöntuotantoon liittyvien hankintojen osuus kokonaisostoista oli 12 prosenttia vuonna 2022. Alma Median yksiköt kaikissa toimintamaissa tekevät suurimman osan hankinnoistaan

kotimaasta tai lähialueilta, joissa yhtiön toimintaa valvotaan ja säännellään. Alma Median ulkomaiden yksiköissä hankintaketjun vastuullisuudesta vastaa maajohto. Suomessa hankintapolitiikan vastuullisuutta ja konsernitason hankintoja kehitetään hankintojohtajan ja ICT-hankinnoista vastaavan johtajan johdolla.

Vastuullisuustavoitteiden saavuttaminen vuonna 2022

Alma Median epäsuoriin, ensisijaisesti hankintojen aiheuttamiin, kasvihuonekaasupäästöihin (ns. Scope 3

-päästöt) kohdistuvan 2019 asetetun SBTi-päästötavoitteen mukaan yhtiön on vähennettävä päästöjään 14 % prosenttia 2030 mennessä. Vuosittaisten päästövähennysten tulee olla vähintään 1,23 %. Alma Median epäsuorat kasvihuonekaasupäästöt kasvoivat raportointivuonna 8,2 prosenttia 16 222 tCO₂-eq:een (2021: 14 996 tCO₂-eq). Päästöjen kasvu johtui lisääntyneistä hankinnoista liittyen mm. lehtien painoon ja jakeluun sekä kasvaneesta panostuksista digitaalisten palveluiden kehittämiseen. Scope 3 -päästöissäkin yhtiö pysyi kuitenkin

pitkän aikavälin, vuoteen 2030 ulottuvan tavoitetaso, alenevalla trendillä. Vuoteen 2019 verrattuna yhtiön Scope 3 päästöt ovat vähentyneet yhteensä 6,4 %.

Alma Media jatkoi aktiivista alihankkijadiologia päästöjen hillitsemiseksi ja aloitti merkittävien ICT-palveluiden, jakelun ja painotoiminnan alihankkijoiden kanssa keskustelut Alma Median uusien SBTi-ilmastotavoitteiden tukemiseksi. Alma Median hankintaketju Suomessa rakentuu noin 2 000 ja koko konsernissa 3 900 alihankkijasta. Suurimman

Taulukko 5: Vastuullinen toimitusketju

Määritelmä 2022	Edistyminen 2022	Määritelmä 2023
Alma Media ei salli epäeettistä liiketoimintaa sen alihankintaketjun yrityksissä ja edellyttää ilmastomuutoksen hillitsemiseksi tavoitteita myös alihankkijoiltaan.	Alma Media suunnitelli ja toteutti uuden, alihankintaketjulle suunnatun eettisen ohjeistuksen, Supplier Code of Conduct-valmennuksen. Yhtiön Scope 3 -päästöt vähenivät 6,4 % verrattuna vuoteen 2019.	Alma Media ei salli epäeettistä liiketoimintaa sen alihankintaketjun yrityksissä ja edellyttää ilmastomuutoksen hillitsemiseksi tavoitteita myös alihankkijoiltaan.
Tahtotila		Tahtotila
Alma Median alihankintaketju edistää yhtiön ilmastotavoitteen saavuttamista ja eettisen liiketoiminnan harjoittamista.		Alma Median alihankintaketju on osaltaan sitoutunut edistämään SBTi-ilmastotavoitteen saavuttamista ja edistämään sosiaalisesti ja eettisesti kestävää liiketoimintaa.
Tavoitteet 2022:		Tavoitteet 2023:
50 % Alma Median merkittävimmistä alihankkijoista on sitoutunut yhtiön Supplier Code of Conduct -ohjeistukseen.	Alma Media jalkautti uuden Supplier Code Conduct -valmennuksen hankintojen arvon perusteella merkittävimmille alihankkijoilleen 11 toimintamaassaan. 73 % merkittävimmistä alihankkijoista oli suorittanut valmennuksen ja kuitannut sitoutuneensa yhtiön eettiseen ohjeistukseen vuoden 2022 loppuun mennessä.	90 % Alma Median merkittävimmistä alihankkijoista on sitoutunut yhtiön Supplier Code of Conduct -ohjeistukseen vuoden 2023 loppuun mennessä.
2022 asetetun yhtiön uuden SBTi-tavoitteen mukaan alihankintaketjun kasvihuonekaasupäästöjen tulee vähentyä vuosittain 1,23 %. Vuoteen 2030 mennessä vähemmän tulee olla 14 % kun vertailuvuotena on vuosi 2019.	Vuonna 2022 kasvihuonekaasupäästöt kasvoivat 8,2 % vuodesta 2021. Vuoteen 2019 verrattuna alihankintaketjun kasvihuonepäästöt ovat kuitenkin vähentyneet 6,4%.	Kasvihuonekaasupäästöjen 1,2 %:n vähenemä verrattuna vuoteen 2022.

yksittäisen ryhmän muodostavat pääasiallisesti Alma Median toimituksille sisällöntuotantoa tarjoavat pienet yritykset. Yhtiön alihankinnan kokonaisostot vuonna 2022 oli yhteensä 98 miljoonaa euroa. Merkittävimpiä alihankkijoita yhtiölle olivat Suomessa ja kansainvälisesti noin 140 toimittajaa, jotka ovat pääasiallisesti jakelu-, paino- ja ICT-palveluita tarjoavia yrityksiä.

Alma Median hankintatoimi Suomessa työskentelee kaksipuolisesti. Konsernitason tasoisesti tehtyjen keskitettyjen hankintojen ohella hankintoja tehdään myös paikallisesti. Esimerkiksi Alma Median toimitukset ostavat sisällöntuotantopalvelunsa itsenäisesti, koska relevantin sisällön tuottaminen ja hankinta edellyttää kohdeyleisön tuntemusta. Raportointivuonna Alma Median kokonaisostot palvelun- tai tavarantoimittajilta olivat 98 miljoonaa euroa.

Alma Median suurimmat Scope 3 -päästöintensiteetit liittyvät kuljetus- ja jakeluhankintoihin sekä lehtien painamiseen.

Alma Media raportoi muista epäsuorista kasvihuonekaasupäästöistään kansainvälisen GHG Protocol -ohjeiston mukaisesti. Erittely yhtiön aiheuttamista Scope 3 -päästöistä on nähtävissä taulukossa 4. Vuoden 2022 päästölämpötila on Kansainvälisen energiajärjestö IEA:n maakohtaisten päästökertoimien mukainen niiltä osin, joissa ei ole ollut käytettävissä energiatuottajakohtaista päästökerrointa. Vuosille 2016–2022 on suoritettu takautuvasti uudelleenlaskenta IEA:n mukaiseksi.

Siirtyminen IEA:n ohjeiston mukaiseen laskentaan parantaa Alma Median raportointien ympäristölukujen luotettavuutta ja mahdollistaa jatkumon. Myös Alma Median SBTi-tavoitteiden saavuttamisen seuranta edellyttää IEA:n standardien mukaisuutta. Scope 3 -päästöt muodostuvat pääasiallisesti hiilidioksidipäästöistä (CO₂).



Tietoturva ja tietosuoja

Tietoturva ja tietosuoja

Alma Median liikevaihdosta jo 80 prosenttia tulee digitaalisista lähteistä. Yhtiö kehittää verkkopalveluitaan pitkäjänteisesti pyrkimyksenään tarjota kuluttajille ja mainostajille turvallisia, monipuolisia ja asiakaskokemukseltaan parhaita palveluita. Liiketoiminnan menestykselle on keskeistä, että digitaalisten palveluiden käyttäjät voivat luottaa siihen, että heidän asiakastietojaan säilytetään, hallinnoidaan ja hyödynnetään vastuullisesti.

Yhtä tärkeää on, että asiakkaamme kokevat palvelut kilpailukykyisiksi, tehokkaiksi ja miellyttäviksi käyttää. Varmistaakseen digitaalisten palveluidensa laadukkuuden Alma Media keskittyy investoinneissaan digitaalisen liiketoiminnan kehittämiseen, jota tuetaan myös seuraamalla aktiivisesti tietosuoja- ja tietoturva-kokevan sääntelyn muutoksia osana yhtiön riskienhallintaa sekä vahvistamalla henkilöstön digiosaamista ja tietosuoja- ja tietoturvatietämystä. Yhtiön omistamien verkkopalveluiden teknisestä kehittämisestä, palveluiden tietosuojan ja -turvan suositusten ja vaatimusten mukaisuudesta sekä henkilöstön tietosuoja- ja tietoturvaosaamisen päivittämisestä, vastaa liiketoimintayksiköiden johto yhdessä ICT-organisaation ja lakiosaston kanssa.

Alma Median liiketoimintaympäristö on jatkuvassa muutoksessa, ja tästä johtuen yhtiössä tarkastellaan säännöllisesti tietoturvallisuuteen vaikuttavia riskejä ja valmiuksia reagoida muuttuvan ympäristön riskeihin. Tietoturvaa ja tietosuoja- vahvistetaan kulloinkin tarpeen mukaan riskien pienentämiseksi. Näiden havaittujen riskien (sekä ulkoisten että sisäisten uhkien) lieventämiseksi Suomen ulkopuoliset yksiköt on integroitu konserni-verkkoon, mikä on tuonut kaikki yksiköt saman tietoturvapoliitikan ja -kontrollien sekä käyttäjä- ja pääsynhallinnan piiriin. Yhtiön tietosuojakuvauksessa on kerrottu tietojen keräämiseen, käyttöön ja säilyttämiseen liittyvät, lainsäädännön mukaiset, yhtiön vastuut ja velvoitteet ja käytännöt. Alma Mediassa verkkopalveluiden käyttäjiltä pyydetään tarvittavat luvat ja tietoja käytetään ensisijaisesti käyttäjän tilaaman palvelun toimittamiseksi, käyttökokemuksen kehittämiseksi ja käyttäjien odotuksiin vastaamiseksi. Toissijaisesti käyttäjien tietoja hyödynnetään mm. käyttäjän kiinnostukseen ja käyttäytymiseen perustuen relevantin mainonnan ja sisällön kohdentamiseksi.

Digitaalisessa mainonnassa Alma Media on sitoutunut IAB:n itsesääntelyperiaatteisiin ja käyttää Transparency and

Consent Framework -ohjelman mukaisesti suostumushallinnan ratkaisua, CMP (Consent Management Platform). Käyttäjien yksityisyyden turvaamiseksi yhtiössä noudatetaan sääntelynmukaisia yksityisyydensuojan velvoitteita. Yksityisyydensuojan varmistamiseen liittyvät käytännöt ja tietojen käyttötarkoitus on kuvattu yhtiön tietosuojakuvauksessa <https://www.almamedia.fi/tietosuoja/>.

Vastuullisuustavoitteiden saavuttaminen vuonna 2022

Alma Media arvioi onnistumistaan vastuullisena digitaalisena toimijana ensisijaisesti yhtiön palveluiden käyttäjien näkökulmasta. Siksi vastuullisuustyön painopisteeksi on valittu palveluiden turvallisuus, johon liittyy kaksi vuotuista tavoitetta. Ensimmäisen tavoitteen mukaisesti yhtiön verkkopalveluissa ei saisi tapahtua yhtään vakavaa tietosuojarikkomusta. Yhtiö toimitti raportointivuoden aikana tietosuojaviranomaiselle yhden (1) henkilötietojen tietoturvaloukkauksilmoituksen ja vastaanotti yhteensä 0 kpl selvityspyyntöä. Lisäksi yhtiö vastaanotti Liikenne- ja viestintävirastolta 2 kappaletta selvityspyyntöä liittyen evästeiden käyttöön verkkosivuilla. Tapaukset eivät ole johtaneet langettavaan päätökseen tai

korvausvelvollisuuteen viranomaispäätöksellä. Raportointivuoden aikana yhtiössä ei käyty käyttäjän yksityisyyteen liittyviä oikeudenkäyntejä.

Keväällä 2022 Venäjän käynnistämä hyökkäyssota Ukrainaan lisäsi maailman poliittista epävakautta ja tietoturvaloukkausten riskiä. Merkittävimmät mediat Suomessa, mukaan lukien Alman Mediat, joutuivat tietoturvaloukkausten kohteeksi. Vakavilta, pitkäkestoisilta palveluköksilta kuitenkin vältyttiin ja tietoturvan sekä tietosuojan jatkuvuus pystyttiin varmistamaan myös vuonna 2022. Alma Median toinen verkkopalveluiden turvallisuuteen liittyvä tavoite kattoi yhtiön Suomen liiketoiminnot. Sen mukaisesti Alma Median oli järjestettävä työntekijöilleen vuosittain vähintään neljä tietosuoja- ja kaksi tietoturvaa koskevaa yleiskoulutusta. Vuonna 2022 koulutukset järjestettiin suunnitellusti.

Raportointivuoden muut kehityshankkeet

Toimintaympäristön muuttuessa merkittävästi epävakammaksi vuonna 2022 Alma Media päivitti yhtiön liiketoiminnan jatkuvuussuunnitelman. Jatkuvuussuunnitelman tavoite on mahdollistaa liiketoiminnan jatkuminen

ongelmallisissa olosuhteissa ottamalla käyttöön asianmukainen strategia ja toimenpiteet ihmisten ja omaisuuden suojelemiseksi.

Toiminnan jatkuvuussuunnitelmassa hahmotetaan katastrofitilanteiden potentiaalisia vaikutuksia liiketoimintaan ja kuvataan näihin tilanteisiin liittyvä politiikka, jolla varmistetaan yrityksen nopea toipumisen mahdollisen kriisin jälkeen. Johtuen kevään 2022 muutoksista uhkakuvan suhteen, Alma Mediassa toteutettiin kriittisten järjestelmien tietoturvakontrolleille

ns. kovenus parantamaan häiriösietoisuutta ja häiriötilanteista palautumista. Henkilötietojen tietoturvaloukkauksiin reagoimista tehostettiin päivitetyllä ohjeistuksella, josta laadittiin myös erillinen versio yhtiön alihankkijoille.

Alma Media on jatkanut aktiivista osallistumista Media ISAC-tiedonvaihtoryhmien (Information Sharing and Analysis Centre) kyberturvallisuus yhteistyöelinten toimintaan. Alma Median kaupallisten palveluiden pilviympäristöjen tietoturvaa parannettiin vuoden 2022 aikana tehostamalla

olemassa olevia ja ottamalla käyttöön uusia tietoturvakäytäntöjä sekä parantamalla Alman sisäverkon ja työasemien tietoturvamonitointia. Henkilöstölle suunnatut tietoturva- ja tietosuojakoulutukset ovat osa henkilöstöön kohdistuvaa proaktiivista riskienhallintaan liittyvää toimintaa.

Alma Media toteuttaa proaktiivista riskien hallintaa tietoturvallisuuden osalta, mistä osoituksena ovat useat, kaupallisille palveluille toteutetut tietoturvatarkastukset sekä palvelukehitysprosessissa käyttöönotetut uudet tietoturvakontrolit,

haavoittuvuuksien ja ohjelmistoriippuvuuksien hallinnan osalla.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2023

Nykyisten painopistealueiden, tietoturvan ja tietosuojan osalta resursseja vuonna 2023 suunnataan erityisesti rekisteröityjen tietopyyntöjen hallinnan sekä tietoturvan monitorointikyvykkyyden jatkokehittämiseen. Konsernin työntekijöiden jatkuvaa tietosuoja- ja tietoturvaosaamista pyritään edelleen vahvistamaan digitaalisella koulutusallustalla.

Taulukko 6: Tietoturva ja tietosuoja

Määritelmä 2022	Edistyminen	Määritelmä 2023
Tietoturva ja -suoja ovat Alma Median vastuullisuuden kulmakiviä. Käsittelemme dataa huolellisesti aina yksityisyyden suojaa noudattaen ja käyttäjiemme odotuksiin vastaten. Kehitämme kyvykkyyttämme ennakoita ja reagoida ajoissa tietoturvan takaamiseksi.	Palveluiden pilviympäristöjen tietoturvaa parannettiin tehostamalla olemassa olevia ja ottamalla käyttöön uusia tietoturvakäytäntöjä sekä parantamalla yhtiön sisäverkon ja työasemien tietoturvamonitointia.	Tietoturva ja tietosuoja ovat Alma Median vastuullisuuden kulmakiviä. Käsittelemme dataa huolellisesti aina yksityisyyden suojaa noudattaen ja käyttäjiemme odotuksiin vastaten. Kehitämme kyvykkyyttämme ennakoita ja reagoida ajoissa tietoturvan takaamiseksi.
Tahtotila		Tahtotila
Varmistamme markkinan johtavien palvelujen turvallisen käytön ja yksityisyyden suojan. Jatkuvuussuunnitelmamme avulla pyrimme välttämään vakavat tietoturvaloukkaukset.		Varmistamme markkinan johtavien palvelujen turvallisen käytön ja yksityisyyden suojan. Jatkuvuussuunnitelmamme avulla pyrimme välttämään vakavat tietoturvaloukkaukset.
Tavoite 2022:	Eteneminen 2022:	Tavoite 2023:
Palveluissa ei esiinny vakavia tietosuojaloukkauksia, joista viranomaisen langettaisi yhtiölle sakon.	Palveluissa ei esiintynyt vakavia tietosuojaloukkauksia, joista viranomaisen langettaisi yhtiölle sakon.	Palveluissa ei esiinny vakavia tietosuojaloukkauksia, joista viranomaisen langettaisi yhtiölle sakon.
Järjestämme henkilöstölle vähintään neljä tietosuojaan ja kaksi tietoturvaan liittyvää koulutusta.	Järjestimme henkilöstölle neljä tietosuojaan ja kaksi tietoturvaan liittyvää koulutusta. Lisäksi ohjelmistokehittäjille järjestimme kaksi tietosuojakoulutusta täydennettynä verkkokurssilla.	Henkilöstön jatkuva kouluttaminen tietosuojan ja tietoturvan kehittämiseksi muuttuvassa toimintaympäristössä.
Rekisteröityneen käytön, asiakaskokemuksen ja palveluiden luotettavuuden parantaminen.	Alma-tunnus rekisteröitymisten määrä kasvoi liki puolella miljoonalla yhteensä noin 1,9 miljoonaa vuonna 2022. Kehitimme rekisteröityneen käyttäjän omien tietojen saatavuuden automatisointia. Kartoitimme asiakaskokemuksen mittaamiseen soveltuvaa ratkaisua ja toteutus alkaa vuonna 2023.	Alma-tunnus kuukausittaisen aktiivisen käytön määrä kasvaa. Alma Median suurimpien medioiden ja palveluiden asiakastytyytyväisyys mitattu (NPS-mittaus) ja tulokset selvillä. Määrittelemme kehitystoimet mittauksen perusteella vuoden 2023 aikana.
Tietoturvan ja tietosuojan ennakoiva kehittäminen tietoturva- hyökkäyksien varalta.	Paransimme järjestelmiemme häiriösietoisuutta ja häiriötilanteista palautumista. Päivitimme ohjeistusta henkilötietojen tietoturvaloukkauksiin reagoinnista.	Panostamme rekisteröityjen tietopyyntöjen hallinnan sekä tietoturvan monitorointikyvykkyyden jatkokehittämiseen. Vahvistamme edelleen työntekijöidemme tietosuoja- ja tietoturvaosaamista digitaalisella koulutusallustalla.
Palveluissamme ei esiinny käyttökatkoksia.	Venäjän hyökkäyssodan alettua medioissamme esiintyi joitakin käyttökatkoksia. Vakavilta pitkäkestoisilta katkoksilta kuitenkin välttyttiin.	Palveluissamme ei esiinny ei esiinny vakavia pitkäkestoisia käyttökatkoksia.

Diversiteetti, tasa-arvo ja inkluisio

Tasa-arvoisen ja monimuotoisen työyhteisön kehittämiselle pohjan tarjoavat Alma Mediassa muun muassa säännöllisesti toteutettavat henkilöstökyselyt. Kyselytulokset, palkka-analyysit ja muu henkilöstödata ovat lähtökohtana, kun Suomen yksiköt päivittävät HR:n ohjauksessa yhdenvertaisuus-, monimuotoisuus- ja tasa-arvosuunnitelmansa kahden vuoden välein. Suunnitelmissa käsitellään esimerkiksi palkkaeroja, määräraikaisten työsuhteiden perusteita sekä työtehtäväkohtaista sukupuolijakaumaa yksikössä.

Alma Media palkkaa uusia työntekijöitä vain perustuen heidän osaamiseensa,

kykyihinsä ja soveltuvuuteen. Kaikilla almalaisilla on oikeus:

- oikeudenmukaiseen ja kannustavaan palkkaukseen,
- osaamisen kehittämiseen,
- palautteen saamiseen,
- tietoon yhtiöstä,
- turvalliseen, miellyttävään, uudistuvaan ja kehittyvään työympäristöön
- sekä yksityisyyden ja yksityiselämän kunnioitukseen.

Yhtiön eettisten toimintaperiaatteiden (Code of Conduct) mukaan jokaisen almalaisen on kunnioitettava perusoikeuksia. Alma Media ei salli syrjintää liittyen ikään, sukupuoleen, rotuun, ihonväriin,

kansallisuuteen tai etniseen alkuperään, uskontoon, vakaumukseen, perhesuhteisiin, seksuaaliseen suuntautumiseen tai mahdolliseen työrajoitteeseen liittyen. Alma Mediassa ei suvaita seksuaalista ahdistelua tai muuta häirintää, uhkauksia, loukkaavaa käytöstä, fyysistä tai henkistä väkivaltaa tai kiusaamista työpaikalla. Mahdollisissa syrjintätapauksissa jokaisella yhtiön työntekijällä on velvollisuus ilmoittaa havainnoistaan. Sisäisesti ilmoituksen voi tehdä luottamushenkilöille, konsernin HR:lle tai nimettömästi Whistleblow-kanavan kautta. Alma Median Whistleblow-tiimi vastaanottaa ilmoitukset ja raportoi niistä yhtiön hallituksen tarkastusvaliokunnalle

sekä ryhtyy tarvittaessa toimenpiteisiin. Innostavan, sallivan, tasa-arvoisen ja monimuotoisen työyhteisön rakentaminen on koko henkilöstön asia. Sen kehittämistä tukee konsernin HR-toiminto.

Vastuullisuustavoitteiden saavuttaminen vuonna 2022

Alma Medialla on nollatoleranssi työntekijöidensä syrjinnän ja epäasianmukaisen kohtelun suhteen, ja yhtiö raportoi vuosittain, onko tapauksia tullut ilmi. Vuoden 2022 aikana raportoituihin kuudesta (6) epäilystä liittyen kiusaamiseen tai seksuaaliseen häirintään. Kaikki tietoon tulleet tapaukset on käsitelty perusteellisesti, vaadittavat toimenpiteet toteutettu

Taulukko 7: Diversiteetti, tasa-arvo ja inkluisio

Määritelmä 2022	Edistyminen 2022	Määritelmä 2023
Alma Median henkilöstö kokee yhtiössä edistettävän tasa-arvoa, monimuotoisuutta ja osallisuuden kokemusta. Kaikenlainen häirintä, syrjintä tai kiusaaminen ennaltaehkäistään tehokkaasti ja epäkohdat korjataan ripeästi.	Alma Median eettinen ohjeistus kieltää tiukasti kaiken syrjinnän ja häirinnän työpaikalla. Jokaisen almalaisen tulee suorittaa koulutusmuotoinen eettinen ohjeistus (Code of Conduct). Henkilöstöstä 100 % suoritti koulutuksen.	Alma Median henkilöstö kokee yhtiössä edistettävän tasa-arvoa, monimuotoisuutta ja osallisuuden kokemusta. Kaikenlainen häirintä, syrjintä tai kiusaaminen ennaltaehkäistään tehokkaasti ja epäkohdat korjataan ripeästi.
Tahtotila:		Tahtotila:
Myönteisesti kehittyvä kokemus tasa-arvon, monimuotoisuuden ja inkluisioiden toteutumisesta työyhteisössä.		Myönteisesti kehittyvä kokemus tasa-arvon, monimuotoisuuden ja inkluisioiden toteutumisesta työyhteisössä.
Tavoitteet 2022:		Tavoitteet 2023:
Nollatoleranssi häirinnälle ja syrjinnälle: Alma Median henkilöstön keskuudessa ei esiinny henkilöstön epäasiallista kohtelua.	Vuonna 2022 raportointiin 6 väärinkäytösepäilyä, jotka tutkittiin ja vuoden päättyessä oli loppuunkäsitelty.	Nollatoleranssi häirinnälle ja syrjinnälle: Alma Median henkilöstön keskuudessa ei esiinny henkilöstön epäasiallista kohtelua ja tietoon tulleet tapaukset käsitellään.
Diversiteetin ja inkluisioiden edistäminen työyhteisössä. Selvitämme kyselyllä diversiteetin inkluisioiden kokemuksen toteutumisesta työyhteisössä. Kyselyn tuloksiin pohjautuen tehdään toimenpide- ja koulutussuunnitelma diversiteetin ja inkluisioiden vahvistamiseksi.	Diversiteetin ja inkluisioiden toteutumista työyhteisössä selvitettiin kyselyllä loppuvuonna 2022. Kyselyyn vastasi 40 % Alman henkilöstöstä 11 maassa. Yksikkökohtaiset toimenpide- ja koulutussuunnitelmat tulosten pohjalta on työn alla.	Toteutamme vuonna 2022 tehdyn kyselyn pohjalta laaditut toimenpide- ja koulutussuunnitelmat yhdenvertaisuuden, diversiteetin ja inkluisioiden vahvistamiseksi.

ja vuoden loppuun mennessä kaikki kuusi tapausta on loppuunkäsitelty. Alma Media ei saanut raportointivuonna viranomaisilta syrjintään liittyviä huomautuksia tai rangaistuksia.

Alma Median hallitukseen kuului vuonna 2022 kahdeksan jäsentä. Heistä kaksi oli naisia (25%). Hallituksen jäsenten keski-ikä oli 52 vuotta. Alma Median johtoryhmässä oli raportointivuonna

kymmenen jäsentä, joista kolme (30 %) oli naisia. Johtoryhmän keski-ikä oli 55 vuotta. Naisten osuus koko konsernin esihenkilöistä oli 38 prosenttia, Suomessa 45 prosenttia. Tarkempi erittely työntekijöiden jakaumasta on nähtävissä taulukossa 8.

Alma Median henkilöstöstä yli 90 % työskenteli raportointivuonna vakituisesa työsuhteessa. Pääosa Alma Median

työntekijöistä työskenteli kokoaikaisesti. Alma Median Suomen toimintojen erityispiirre oli aiempien vuosien tavoin freelance-työvoiman hyödyntäminen, joka keskittyi Alma Median medioihin. Yhtiön mediat työllistivät vuosittain oman toimituskuntansa ohella kymmeniä freelance-sopimuksilla työskenteleviä kuvaajia ja toimittajia, joilta tilataan juttuja, videoita ja valokuvia toimituksen tarpeen mukaisesti. Raportointivuonna kaikissa Alma Median maayksiköissä suurimman ikäryhmän muodostivat 30–50-vuotiaat työntekijät. Suomessa henkilöstöstä alle 30-vuotiaita ja yli 50-vuotiaita oli lähes yhtä paljon. Muissa toimintamaissa toiseksi suurin ikäryhmä olivat alle 30-vuotiaat. Tarkemmat maakohtaiset tiedot henkilöstön työsuhdetyypeistä, ikäjakaumasta sekä työsuhteiden pituudesta ovat nähtävillä taulukossa 9.

Raportointivuoden muut kehityshankkeet

Alma Median henkilöstöstrategian tavoitteena on tukea yhtiön liiketoiminnan kehitystä ja strategian toteuttamista. Viime vuosina yhtiössä on vahvistettu erityisesti työntekijöiden digikyvykkyys sekä rakennettu työnantajakuvaa sekä työntekijäkokemusta Alma Mediasta vastuullisena ja voimakkaasti uudistuvana työnantajana.

Tasa-arvoisen ja monimuotoisen työyhteisön kehittämiseksi raportointivuonna selvitimme kyselyllä henkilöstön kokemusta diversiteetin, tasa-arvon ja inklusion toteutumisesta Alma Median kaikissa toimintamaissa. Kyselyyn vastasi yhteensä 596 henkilöä ja kyselyn vastausprosentti oli 40 %. Kyselyn vastauksen perusteella työntekijöillä on yhdenvertaiset mahdollisuudet kehittää omaa

Taulukko 8: Alma Median henkilöstö

	Henkilöstö- määrä	Naisia esihenkilönä %	Miehiä esihenkilönä %
Suomi	1029	45	55
Tsekki	432	25	75
Baltia: Viro, Latvia, Liettua	75	50	50
Slovakia	124	18	82
Kroatia	95	50	50
Bosnia	47	50	50
Ruotsi	16	0	100
Muut	13	25	75
Yhteensä	1831	38	62

Taulukko 9: Henkilöstön ikäjakauma ja työsuhteen muoto

	alle 30 vuotta	30-50 vuotta	yli 50 vuotta	Määrä- aikainen	Vakituinen	koko- aikainen	osa- aikainen	Kaikki yhteensä
Baltia	17 %	76 %	7 %	0 %	100 %	93 %	7 %	100 %
Bosnia ja Hertsegovina	21 %	77 %	2 %	32 %	68 %	100 %	0 %	100 %
Kroatia	13 %	84 %	3 %	0 %	100 %	89 %	11 %	100 %
Muut toimintamaat	15 %	85 %	0 %	8 %	92 %	100 %	0 %	100 %
Ruotsi	19 %	75 %	6 %	6 %	94 %	88 %	12 %	100 %
Slovakia	19 %	78 %	3 %	1 %	99 %	97 %	3 %	100 %
Suomi	18 %	62 %	20 %	7 %	93 %	88 %	12 %	100 %
Tsekki	15 %	82 %	3 %	9 %	91 %	85 %	15 %	100 %

osaamistaan ja Alma nähdään joustavana työnantajana eri elämäntilanteissa. Tulosten perusteella almalaiset kokevat työyhteisön tasa-arvoisena ja yhdenvertaisena. Tuloksia tullaan hyödyntämään näiden teemojen kehitystyössä.

Jatkoimme henkilöstön valmentamista työpajoissa, joiden tavoitteena oli kasvattaa henkilöstön monimuotoisuuden arvostusta ja erilaisuuden näkemistä voimavarana. Vuoden 2022 loppuun mennessä 700 Alman työntekijää on osallistunut edellä mainittuihin työpajoihin. Noudatimme myös monipaikkaisen työn periaatteitamme, mikä helpottaa ja lisää joustoa yksilöllisten elämäntilanteiden ja työn yhdistämisessä ja parantavat työhyvinvointia. Alma Median Code of Conduct -kokonaisuuden osana yhtiön periaatteet ja toimintamalli häirinnän ja kiusaamisen estämiseksi on levitetty Alman kaikkiin toimintamaihin. Tarjosimme vuoden 2022 aikana henkilöstölle mahdollisuuden kasvattaa monimuotoisuuteen ja inklusioon liittyvää osaamistaan verkkovalmennusten muodossa. Alma Media osallistui kesäkuussa Pride-viikkoon ja sateenkaaren värit näkyivät Alman toimistoilla, Teams-taustakuvissa sekä sosiaalisen median kanavissa. Lisäksi Alma avasi

Pride-kuukauden ajaksi kaksi teemaan liittyvää koulutusta kaikille avoimeksi Alman digitaalisessa koulutuspalvelussa Seduossa: Sateenkaariviestinnän perusteet ja Hyvä tiimi on inklusiivinen tiimi.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2023

Alma Media on sitoutunut moniarvoisen ja monimuotoisuutta tukevan organisaatiokulttuurin rakentamiseen tarjoten jokaiselle työntekijälle yhdenvertaiset mahdollisuudet, oikeudet ja kohtelun. Vuonna 2023 yhtiössä suunnitellaan vuonna 2022 toteutetun kyselyn tuloksiin perustuen toimet yhdenvertaisuuden, diversiteetin ja inklusion edelleen kehittämiseksi. Monimuotoisuuden merkitystä korostetaan vuonna 2023 esihenkilöviestinnässä sekä toteutettavissa esihenkilö- ja työyhteisön kehittämisvalmennuksissa. Alman HR:lle kaikissa toimintamaissa toteutetaan laaja DEI-valmennuskokonaisuus tukemaan osaltaan vastuullisuustyön kehittämistä.



Osaava työvoima

Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen

Jatkuvasti muuttuvassa liiketoimintaympäristössä osaamisen kehittäminen on avainasemassa tulevaisuuden kilpailukykyyn turvaamiseksi. Yhtiön henkilöstöstrategia tukee Alma Median liiketoimintaa muun muassa henkilöstön tavoitteellisen osaamisen kehittämisen keinoin. Alma Mediassa tavoitteellisen osaamisen kehittämisen lähtökohtana ovat osaamistavoitteet, jotka on määritelty vähintään tiimitasoisesti.

Yhtiön tavoitteena on, että jokaiselle työntekijälle on laadittu henkilökohmainen suunnitelma oman osaamisen kehittämiseksi. Tavoitteellista osaamisen kehittämistä seurataan esihenkilöiden ja työntekijöiden välisissä kahdenvälisissä keskusteluissa. Alma Media järjestää työntekijöiden osaamisen kasvattamista tukevia valmennuskokonaisuuksia ja ponnistaa henkilöstön yhdessä oppimiseen sekä osaamisen jakamiseen järjestämällä muun muassa mentorointiohjelmaa, osaamistyöpajoja ja teematapahtumia. Yhtiö kehittää esihenkilötyötä pitkäjänteisesti valmennuksin ja rakentaa kansainvälistä esihenkilöverkostoa, jonka puitteissa jaetaan parhaita johtamisen käytäntöjä.

Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittämistä Alma Mediassa tukee konsernin HR-toiminto. Sen tehtävänä on ohjata, priorisoida ja määritellä henkilöstön palkkaukseen, etuihin, henkilöstöraportointiin sekä osaamisen kehittämiseen liittyviä toimintoja ja prosesseja.

Yhdessä työterveyden kanssa Alma Media toteuttaa säännöllisesti webinaareja henkilöstön hyvinvoinnin edistämiseksi. Tietoa ja vinkkejä hyvinvoivan arjen rakentamiseen jaetaan muun muassa ergonomiaan, palautumiseen, uneen, henkiseen hyvinvointiin ja vuorovaikutukseen liittyen. Henkilöstön hyvinvoinnin tukena on työterveyshuolto ja Auntie-palvelu. Auntie on matalan kynnyksen mielen hyvinvointipalvelu, jonka tarkoituksena on vähentää stressitasoa, parantaa jaksamista, lisätä tehokkuutta ja antaa konkreettisia työkaluja arjen hallintaan.

Vastuullisuustavoitteiden saavuttaminen vuonna 2022

Alma Media mittaa onnistumistaan osajien sitouttamisessa ja osaamisen kehittämisessä vuotuisilla henkilöstötutkimuksilla, joissa selvitetään monipuolisesti työntekijöiden kokemusta

työyhteisön toimivuudesta ja Alma Mediasta työnantajana. Kyselyistä laajin on vuosittain kaikissa yksiköissä toteutettava, työelämän laatua mittaava QWL-tutkimus. Siinä tavoitteeksi on asetettu vähintään 83 prosentin QWL-indeksi, jonka Alma Media ylitti raportointivuonna 83,1 prosentin tuloksellaan. Työyhteisön tilaa mitataan vuosittain myös selvittämällä, kuinka todennäköisesti työntekijät suosittelevat Alma Mediaa työnantajana. Yhtiön tavoitteena on saada arvosanakseen vähintään 8 asteikolla 1–10. Tässä mittauksessa Alma Media sai arvosanakseen 8,3 (eNPS 43). Kyselyiden ohella Alma Media arvioi onnistumistaan työnantajana seuraamalla, kuinka moni uusi työntekijä jää konserniin pitkäaikaisesti töihin. Tavoitteena on, että uusista työntekijöistä 90 prosenttia jatkaisi yhtiön palveluksessa kahden vuoden kuluttua aloittamisestaan.

Suomessa uusina työntekijöinä kaksi vuotta aiemmin aloittaneista työntekijöistä yhtiön palveluksessa jatkoi raportointivuonna 86,5 prosenttia. Alma Median omaehtoinen lähtövaihtuvuus oli yhtiön kaikki toimintamaat huomioiden keskimäärin 10,2 prosenttia.

Mentorointiohjelmissa, osaamistyöpajoilla ja teematapahtumilla tähdätään osaamisen kasvuun ja yhdessä oppimiseen.

Raportointivuoden muut kehityshankkeet

Alma Talentissa jatkettiin vuonna 2021 käynnistettyä laajamittaista esihenkilövalmennusta **Kasvun valmentajat**, jonka tavoitteena on tukea esihenkilöiden valmiuksia digitaalisessa ja monipaikaisessa työympäristössä. Vuonna 2022 vastaava esihenkilöohjelma käynnistettiin Alma Consumer -segmentissä. Vuoden 2022 aikana jatkettiin myös Alma Mediaratkaisujen Alma Akatemiaa aiheenaan palautekulttuuri.

Suomen toiminnoissa almalaiset hyödynsivät Alma Talentin Seduo-verkko-oppimisympäristöä. Alma Talentin Suomen markkinoille lokalisoimassa digitaalisessa koulutuspalvelussa voi suorittaa koulutuksia eri teemoista, kuten digitalisaatiosta, johtamisesta, viestinnästä, datasta sekä myynnistä ja markkinoinnista.

Toteutimme vuonna 2022 trainee-ohjelman vastavalmistuneille

teknologiaosaajille. Ohjelman avulla kasvatimme yhtiön liiketoiminnalle tärkeää osaamista ja työllistimme 15 uransa alkuvaiheessa olevaa nuorta.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2023

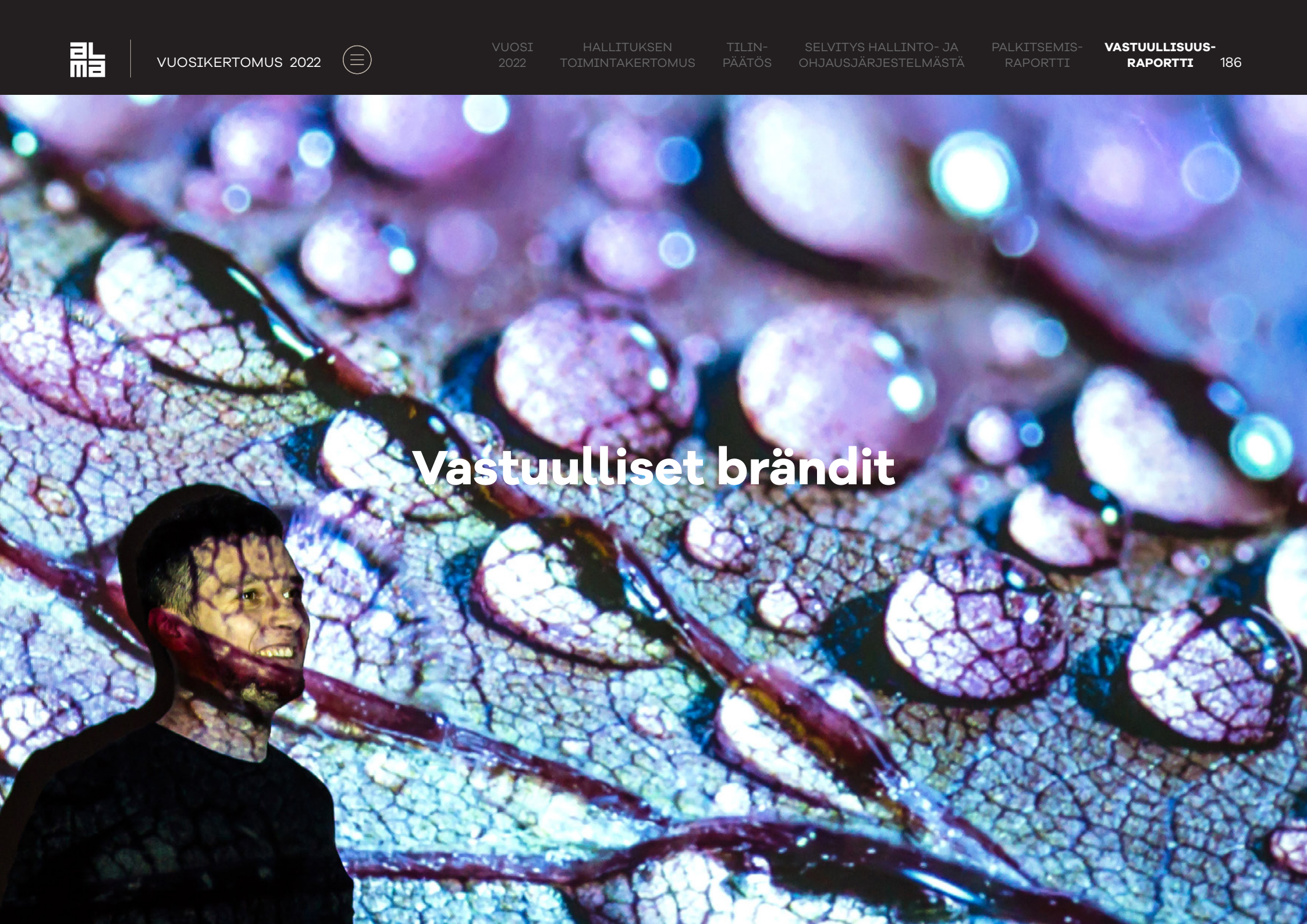
Vuonna 2023 Alma Media pyrki edelleen parantamaan työntekijöidensä mahdollisuuksia oman osaamisen jatkuvaan tavoitteelliseen kehittämiseen. Yhtiössä lisätään

verkkopohjaisen valmennusmateriaalin käyttöä. Osaamisen kehittämisessä hyödynnetään mm. osaajayhteisöjä ja rakennetaan räätälöityjä teemavalmennuksia hyödyntäen Alman asiantuntijuutta. Esihenkilötaitojen ja johtajuuden kehitystä tuetaan esihenkilövalmennuksilla. Esihenkilöitä ja koko henkilöstöä valmennetaan tavoitteena menestyminen digitaalisessa, monimuotoisessa ja monipaikkaisessa työympäristössä. Valmennusten toteuttamista

jatketään Kasvupäivä-, Agilehaaste-, Tuoteakatemia-, Alma Akatemia -konsepteilla. Osaamisen jakamisen kulttuuria edistetään mm. Alma valmentaja-yhteisöä kasvattamalla ja valmentamalla. Jatkamme Alma Mediassa vuoden 2022 aikana käyttöönotetun monipaikkaisen työn toimintamallin kehittämistä. Työhyvinvoinnin tukemiseksi Auntie-palvelu on edelleen henkilöstön käytössä ja myös hyvinvointiluentojen tarjoamista jatketaan.

Taulukko 10: Osaava työvoima

Määritelmä 2022	Edistyminen 2022	Määritelmä 2023
Henkilöstön hyvinvointi, sitoutuneisuus ja ammattitaito sekä organisaation osaamisen kehittyminen on keskeistä liiketoiminnan menestyksen turvaamiseksi.	Alma Median henkilöstö kasvoi 9 % vuonna 2022. Työntekijöille järjestettiin osaamisen kasvattamista tukevia valmennuskokonaisuuksia ja panostimme henkilöstön yhdessä oppimiseen sekä osaamisen jakamiseen järjestämällä muun muassa osaamistyöpajoja ja teematapahtumia.	Henkilöstön hyvinvointi, sitoutuneisuus ja ammattitaito sekä organisaation osaamisen kehittyminen on keskeistä liiketoiminnan menestyksen turvaamiseksi.
Tahtotila:		Tahtotila:
Toimialan ammattitaitoisin, sitoutunein ja hyvinvoivin henkilöstö.		Toimialan ammattitaitoisin, sitoutunein ja hyvinvoivin henkilöstö.
Tavoitteet 2022:		Tavoitteet 2023:
Tasavertaisuus oppimisessa ja omassa kehityksessä.	Avoimet virtuaalivalmennukset. Henkilökohtaiset osaamistavoitteet ja kehityssuunnitelmat kaikille.	Tasavertaisuus oppimisessa ja omassa kehityksessä.
Jatkuva ammatillinen kehitys, osaamisen jakaminen ja itsensä kehittäminen.	Esihenkilötyön kehittämisohjelmat, jatkuvaa oppimista ja osaamisen jakamista tukevat valmennukset, osaamistyöpajat ja teematapahtumia.	Jatkuva ammatillinen kehitys, osaamisen jakaminen ja itsensä kehittäminen.
Korkea työelämän laatu-kokemus, QWL >83.	Korkea työelämän laatu -kokemus, QWL=83,1.	Korkea työelämän laatu-kokemus, QWL >83.
Hyvinvointivalmennukset työterveyden kanssa yhteistyössä. Monipaikkaisen työn mallin kehittäminen ja toimeenpano jatkuu vuonna 2022.	Henkilöstölle tarjottu webinaareja työhyvinvointia edistävästä aiheista ja henkilöstön käytössä Auntie -palvelu. Monipaikkaisen työn malli lisää työn joustavuutta eri elämätilanteissa.	Hyvinvointivalmennukset työterveyden kanssa yhteistyössä. Monipaikkaisen työn mallin kehittäminen jatkuu vuonna 2023.
Uusien työntekijöiden lähtövaihtuvuus alle 10 %.	Alle 2 vuotta talossa olleiden työntekijöiden lähtövaihtuvuus 13,5 %. Lähtövaihtuvuus yhtiössä keskimäärin 10,2 %.	Uusien työntekijöiden lähtövaihtuvuus alle 10 %.
Työnantajan suosittelemuus 8 (1-10).	Suositteluhaluus 8,3 (1-10).	Työnantajan suosittelemuus 8 (1-10).

A man in a dark shirt is smiling and looking upwards. The background is a close-up of a textured surface with many small, glowing, spherical objects that look like bubbles or cells, illuminated with blue and purple light.

Vastuulliset brändit

Vastuullinen media

Vastuullisen journalismin johtaminen

Medioidemme toimitukset ovat sitoutuneet totuudenmukaiseen, avoimeen ja moniarvoiseen journalismiin. Luottamuksen säilyttäminen mediaan on Alma Median liiketoiminnan elinehto. Mediamme noudattavat alan itsesääntelyelimen Julkisen sanan neuvoston linjauksia (JSN) sekä Journalistin ohjeita, jotka asettavat journalismille usein tiukemmat rajat kuin sanan- ja ilmaisunvapautta tai median toimintaa koskeva lainsäädäntö yleisesti. Journalistin ohjeissa määritellään muun muassa tietojen hankinnan periaatteet, journalistin ammatillinen asema ja haastateltavan oikeudet sekä linjataan, kuinka toimitukset korjaavat virheensä ja erottavat journalismin ja mainonnan toisistaan.

Journalismin etiikkaa koskevien linjausten ohella JSN käsittelee vuosittain kymmeniä sille tehtyjä kanteluita suomalaismedioiden sisällöistä. Alma Median toimitukset pitävät JSN:n päätöksiä toimintaansa linjaavina ennakkopäätöksinä. Vastuullisessa journalismissa Alma Median toimittajat ja toimitukset toimivat tiedonvälittäjän asemassaan kaikissa

tilanteissa läpinäkyvästi ja vastuullisesti. Laadukas journalismi sitouttaa lukijoita yhtiön kustantamiin medioihin pitkäaikaisesti ja lukijat pitävät niitä lukijatutkimuksissa laadukkaina ja luotettavina. Alma Median medioiden journalistisesta sisällöstä kantavat vastuun kunkin median päätoimittajat apunaan toimituksensa esihenkilöt. Päätoimittajien ja muiden toimitusten esihenkilöiden tehtävänä on luoda vahva toimituskulttuuri antamalla aktiivista työnohjausta ja palautetta sekä kehittämällä toimituksen sisäisiä ohjeistuksia ja tyylikirjoja. Tavoitteena on varmistaa, että kaikki Alma Median toimituksissa työskentelevät ymmärtävät ammatillisen vastuunsa. Kehittäessään vastuullista journalismia toimitusten esimiehet seuraavat myös lukija- ja bränditutkimusten tuloksia, asiakaspalautetta ja median toimintaa koskevaa julkista keskustelua varmistaakseen sisällön tarkoituksenmukaisuuden, palvelevuuden ja moniarvoisuuden toteutumisen. Lukijamäärien seuranta kertoo aiheiden tärkeydestä lukijoille ja yhteiskunnallisesta merkityksellisyydestä. Sisältöön tyytymätön lukija voi antaa palautetta suoraan toimitukselle tai tehdä jutusta oikaisupyynnön.



Vastuullisen markkinoinnin johtaminen

Markkinoinnin todenperäisyys ja kuluttajan harhaanjohtamisen estäminen on yhtiön medioissa ja palveluissa julkaistaville kampanjoille perusedellytys. Vastuullisen mainonnan kehittämisessä painopiste on siirtynyt mainonnan digitalisoitumisen myötä entistä enemmän mainosympäristön turvallisuuden varmistamiseen sekä kuluttajien datan vastuulliseen keräämiseen ja käyttöön. Mainonnan automatisoituminen ja kansainvälistyminen sekä digitaalisen mainonnan ekosysteemin monimutkaistuminen edellyttävät Alma Medialta merkittäviä panostuksia laadukkaan ja turvallisen mediaympäristön ylläpitämiseksi. Yhtiö vahvistaa järjestelmällisesti teknisiä kyvykkyyksiään ja henkilöstönsä osaamista varmistaakseen, ettei sen verkko- tai mobiilipalveluissa julkaista mainospetoksia tai hyvää markkinointitapaa rikkovia mainoksia eikä käyttäjätietoja kerätä tai käytetä mainonnan yhteydessä väärin. Alma Media noudattaa markkinointia koskevaa lainsäädäntöä sekä markkinointiviestintäalan itsesääntelyä monitoroidessaan asiakkaidensa mainontaa sekä toteuttaessaan medioidensa- ja palveluidensa markkinointiviestintää. Yhtiö toimii aktiivisesti kehittääkseen koko markkinointiviestintäalan digitaalisen markkinoinnin osaamista Suomessa.

Kuluttajan mahdollisuudet vaikuttaa tietojen keräämiseen ja hyödyntämiseen antaa medialle selkeät pelisäännöt datan hyödyntämiselle. Ohjelmallisesti tai suoraan mediamyynnin organisaatiolta ostettua ja datan avulla kohdennettua mainontaa voidaan näyttää tai mitata, sisältöä personoida ja mainosprofiileja muodostaa vain sellaisille käyttäjille, jotka ovat siihen suostumuksensa antaneet. Riippumatta kauppatavasta, ostettua ja datan avulla kohdennettua mainontaa voidaan näyttää tai mitata, sisältöä personoida ja mainosprofiileja muodostaa vain sellaisille käyttäjille, jotka ovat siihen suostumuksensa antaneet. Käyttäjän suostumus mainonnan kohdentamiseen välitetään mainonnan ostamisen jakeluketjussa eteenpäin Alman hyväksymille kumppaneille. Alma Media hyväksyy TCF:n (Transparency & Consent Framework-säännöstö) kautta yhteistyökumppaninsa sekä datan käyttötarkoitukset osana tietosuojakäytäntöjään ja ylläpitää hyväksytyjen kumppanien listaa verkkosivuillaan.

Vastuullisen markkinoinnin kehittämistä johtaa Alma Median mediamyynti- ja markkinointiorganisaatio sekä toisaalta kunkin brändin markkinointiorganisaatio. Digitaaliseen mainontaan liittyvissä ohjelmistohankinnoissa apuna toimivat Alma Median digijohtaja (Chief Digital Officer) ja muu ICT-organisaatio.

Käyttäjän datan hallintaan ja hyödyntämiseen sekä käyttäjän suostumusten hallintatyökalun vaatimusten mukaisuudesta huolehtii yhtiön tietosuojasta vastaava asiantuntija.

Vastuullisuustavoitteiden saavuttaminen vuonna 2022

Keskeisin yhtiön medioiden vastuullisuustavoite on sisällön totuudenmukaisuus, lähteiden luotettavuus, sisällön virheetömyys ja hyvän kauppatavan edistminen. Yksi mittareista on medioille osoitettujen Julkisen sanan neuvoston langettavien päätösten määrä, jonka ei tule ylittää 5 kappaleen raja-arvoa. Raportointivuonna Alma Median Iltalehti sai kaksi langettavaa päätöstä julkisen sanan neuvostolta. Toisessa päätöksessä JSN totesi, että Iltalehden olisi pitänyt merkitä lehden omaa IL Plus -palvelua käsittelevä uutinen selkeämmin mainokseksi. Toisen langettavan päätöksen mukaan Iltalehti korjasi eräässä uutisessa olleen virheen liian hitaasti. Julkisen sanan neuvosto käsitteli vuonna 2022 yhteensä 41 kantelua ja asetti yhteensä kahdeksan langettavaa päätöstä.

Yhtiö edistää hyvää kauppatapaa ja noudattaa Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisääntöjä ja mainonnan eettisen neuvoston ohjeita. Keskeisin vastuulista toimintaa ohjaava periaate onkin, että yhtiön verkko- tai mobiilipalveluissa

Markkinoinnin todenperäisyys ja kuluttajan harhaanjohtamisen estäminen on yhtiön medioissa ja palveluissa julkaistaville kampanjoille perusedellytys.

ei esiinny mainoksia, jotka rikkoisivat Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöstöä. Raportointivuonna yksittäinen ohjelmallisesti ostettu kansainvälisen toimijan uhkapelimainos onnistui läpäisemään sivustomme teknisen suojauksen ja oli hetken aikaa julki sivustollamme, mutta poistettiin nopeasti. Ulkomainen uhkapelimainonta ei ole Suomessa sallittua. Alma Media ei saanut toimintamaissaan huomautuksia mainonnan eettisyyttä valvovilta viranomaisilta tai markkinointialan omilta itsesääntelyelimiltä.

Raportointivuoden muut kehityshankkeet

Yhtiön medioilla on vuosittaiset kehitystavoitteet yhteiskunnan kestävän kehityksen edistämiseksi. Talous- ja

ammattimediaa Kauppalehti ja Tekniikka&Talous asettivat oman erityisen asiansanan jokaiseen ilmastomuutokseen ratkaisuja tarjoavaan toimitukselliseen artikkeliin. Asiansana helpottaa lukijaa löytämään ratkaisuja ilmastomuutoksen hillitsemiseen tarjoavat sisällöt ja parantaa median vaikuttavuuden todentamista kansalaisien ja yritysten tietoisuuden kasvattamisessa. Ilmastomuutoksen hillitsemiseksi ratkaisuja tarjoavia artikkeleita julkaistiin Kauppalehdessä yhteensä 180 kappaletta ja Tekniikka&Taloudessa 203 kpl. Yhteensä näitä artikkeleita luettiin 1,5 miljoonaa kertaa. Vuonna 2022 Iltalehden ja Kauppalehden toimituksia koulutettiin JSN:n langettavien päätösten taustoista ja Iltalehdessä järjestettiin toimituksen omasta toiveesta myös monimuotoisuuden terminologiaan liittyvää koulutusta yhteistyössä SETA:n kanssa. Lisäksi Iltalehden toimittajille järjestettiin koulutus journalismia koskevasta lainsäädännöstä.

Alma Mediaratkaisut organisaatio kehitti raportointivuonna sisältömarkkinoinnin Muutoksentehtävät -ratkaisun, yritysten vastuullisuustyön merkityksellisyyden korostamiseksi. Ratkaisu käsittää artikkelin ja videohaastattelun tuotannon ja julkaisun Kauppalehdessä ja mahdollistaa yritysten vastuullisuuden painopisteiden korostamisen.

Yhtiön mediat eivät vastaanottaneet raportointivuonna valtiollisia, ei-valtiollisia tai poliittisia tukia. Kunnianloukkaukseen tai herjaukseen liittyviä oikeudenkäyntejä ei käyty eikä näin ollen taloudellisia korvausvelvoitteita syntynyt. Median ja palveluidensa IP-suojauksen varmistamiseksi Alma Media -konserni suojaa tavaramerkkinsä tehokkaasti ja asianmukaisin rekisteröinnein, seuraa markkinointitavaramerkkien loukkausten varalta ja puolustaa tavaramerkkejään mahdollisissa tavaramerkkien loukkaustapauksissa. Alma Media huolehtii aktiivisesti myös tekijänoikeuksien ja tietokantojen suojaamisesta ja puolustamisesta.

Median journalistisiin periaatteisiin kuuluu suojella herkkiä yleisöryhmiä. Esimerkiksi lapsia tai nuoria mahdollisesti järkyttäviä sisältöjä julkaistaan vain painavin journalistisin perustein ja tällaisesta sisällöstä varoitetaan ennalta asianmukaisen merkinnöin. Alma Media sulkee mainonnan automatisoidusti pois järkyttäväksi ja vahingolliseksi luokitelluista artikkeleista ja videoista. Mainostaja voi myös erikseen pyytää oman mainontansa poistamisen tietynlaisista mediaympäristöistä brand yhteensopivuuden varmistamiseksi. Lisäksi sisällön ja mainonnan kohdentaminen alle 18-vuotiaille on Alma Median medioissa kiellettyä.

Median vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2023

Talousmedioissamme panostamme yleisöjemme monimuotoisuuden kehittymiseen, erityisesti sukupuolen ja iän suhteen. Käytännössä huomioimme sisällön suunnittelussa erilaisten lukijaryhmien intressit nykyistä laajemmin ja datan avulla seuraamme sisältöjä seuraavien yleisöjen diversiteetin kehitystä.

Kauppalehti on käynnistänyt yhteistyössä brittiläisen konsulttiyhtiö FT Strategies'n kanssa hankkeen tilaajakunnan ja median yleisöjen diversiteetin kehittämiseksi seuraavina vuosina. Hankkeeseen liittyen toteutamme muun muassa ilmastomuutosta käsittelevistä sisällöistä oman tilattavan uutiskirjeen, mikä osaltaan edistää tietoisuutta kestävä kehityksen edistämisestä, mutta kasvattaa myös yleisöjemme monimuotoisuutta.

Kansallisena mediayhtiönä Alma Media toimii aktiivisesti suomalaisen markkinointiviestintäalan osaamisen ja vastuullisuusagendan kehittämiseksi ja kehittää omia teknisiä ja muita valmiuksiaan huomioiden digitaalisen markkinoinnin erityishaasteet. Alma Media huolehtii tietosuojasetuksen (GDPR) ja IAB Europan digitaaliselle mainonnalle asettamista velvoitteista riittävällä

resurssoinnilla, varmistamalla mainonnan tietojenhallinta- ja käsittelyprosessiaan ja kouluttamalla henkilöstöään.

Vuonna 2023 jatketaan vastuullisen median ja markkinoinnin kehittämistä, laadukkaan ja bränditurvallisen mediaympäristön ja kohdennusdatan varmistamiseksi mainostajille. Pyrimme minimoimaan digitaalisen median ja mainonnan hiilijalanjälkeä ja ohjeistamaan asiakkaita ja yhteistyökumppaneitamme ympäristöystävällisemmän mainonnan suhteen. IAB:n jäsenenä osallistumme alan vastuullisuusstandardien kehittämiseen.

Tietosuoja-asetus ja alustatoimijoiden selainperusteiset toimenpiteet, joilla evästeisiin perustuvaa kohdentamista rajoitetaan, vaativat mediayhtiöiltä aiempaa tarkempaa kartoitusta muun muassa käyttäjätunnistautumiseen ja kontekstuaaliseen kohdentamisen perustuvista vaihtoehtoista.

Taulukko 11: Vastuullinen Media.

Määritelmä 2022	Edistyminen 2022	Määritelmä 2023
Lukijoiden luottamus on journalistisen median elinehto. Olemme sitoutuneet totuuden mukaiseen, avoimeen ja moniarvoiseen journalismiin ja vastuulliseen markkinointitapaan.	Kauppalehti ja Tekniikka&Talous ottivat käyttöön erityisen asiasanan, jolla ilmastonmuutokseen ratkaisuja tarjoavat sisällöt erottuvat ja ovat seurannassa. Alma Media koulutti toimittajiaan ja Kauppalehti aloitti yhteistyön median yleisöjen monimuotoisuuden kehittämiseksi.	Lukijoiden luottamus on journalistisen median elinehto. Olemme sitoutuneet totuuden mukaiseen, avoimeen ja moniarvoiseen journalismiin ja vastuulliseen markkinointitapaan.
Tahtotila		Tahtotila
Sananvapauden, demokratian ja moniarvoisen viestinnän puolustaja.		Sananvapauden, demokratian ja moniarvoisen viestinnän puolustaja.
Tavoitteet 2022:		Tavoitteet 2023:
Julkisen Sanan Neuvoston (JSN) langettavista päätöksistä osoitetaan enintään 5 Alma Median medioille.	JSN osoitti yhden langettavan päätöksen Iltalehdelle. Langettava päätös liittyi Covid-19 uutisointiin. Yhteensä JSN käsitteli vuoden aikana 51 huomautusta, joista 10 oli medioille langettavia.	Alma Median medioille ei aseteta kuin enintään viisi (5) langettavaa päätöstä JSN:n toimesta.
Kestävään kehitykseen perustuvan asiasanoituksen ja vastuullisen journalismin koulutuksen toteuttaminen toimittajille.	Asiasanoitukseen perustuen ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi ratkaisuja tarjoavia artikkeleita julkaistiin Kauppalehdessä yhteensä 180kpl ja Tekniikka&Taloudessa 203 kpl. Artikkeleita luettiin yhteensä 1,5 miljoonaa kertaa. Toimituksia koulutettiin JSN:n langettavien päätösten taustoista ja Iltalehdessä järjestettiin monimuotoisuuden terminologiakoulutus SETA:n kanssa. Iltalehti järjesti koulutuksen myös journalismiin liittyvästä lainsäädännöstä.	Talousmedioissa toteutetaan hanke yleisöjen monimuotoisuuden kehittämiseksi. Myös kestävän kehityksen asiasanoituksen kehittämistä jatketaan. Ilmastonmuutosta käsittelevistä sisällöistä kehitetään oma tilattava uutiskirje. Toimituksia koulutetaan vastuulliseen journalismiin liittyen.
Alma Median medioissa ja palveluissa ei julkaista Kansainvälisen Kauppakamarin hyvää markkinointitapaa rikkovaa mainontaa.	Alma Median digitaalisen mainosverkoston suojausten läpäisi yksi kansainvälisen toimijan vedonlyönti-kampanja, mutta se huomattiin ja poistettiin nopeasti. Alma Media ei saanut toimintamaissaan huomautuksia mainonnan eettisyyttä valvovilta viranomaisilta tai markkinointialan omilta itsesääntelyelimiltä.	Alma Median medioissa ja palveluissa ei julkaista Kansainvälisen Kauppakamarin hyvää markkinointitapaa rikkovaa mainontaa.

Vastuulliset palvelut ja brändit

Vastuullisuustyömme heijastelee aikaansa ja on yhä kiinteämpi osa liiketoimintaamme. Digitaaliset palvelumme mahdollistavat ilmastonmuutokseen vaikuttamisen, ja vastuullisten valintojen edistämisen asumisessa ja liikkumisessa sekä työelämään liittyvissä päätöksissä. Koulutuspalveluillamme voimme kehittää ammattilaisten osaamista yrityksissä ja edistää vastuullisen liiketoiminnan harjoittamista. Yritystietoliiketoimintamme auttaa asiakaskuntaansa kasvamaan kestävästi ja menestymään vastuullisesti tarjoamalla luotettavaa informaatiota markkinasta ja yrityksistä.

Asiakastyytyväisyys

Asiakkaidemme luottamus meihin perustuu kiinnostaviin ja virheettömiin sisältöihin, hyviin palvelu- ja käyttökokemuksiin sekä vastuulliseen asiakastietojen käsittelyyn. Liiketoiminnassamme on siirrytty yhä vahvemmin medioiden ja palveluiden sisällöstä maksamiseen, jolloin asiakastyytyväisyyden merkitys korostuu entisestään. Korkea asiakastyytyväisyys vauhdittaa liiketoiminnan kasvua, alentaa asiakashankinnan kustannuksia, parantaa asiakassuhteen luottamusta ja pienentää asiakasmenetysten riskiä. Tyytyväinen asiakas sitoutuu palvelun

tai tuotteemme käyttöön, käytön määrä lisääntyy ja palvelun suosittelun mahdollisuus kasvaa. Digitaalisessa palvelukokemuksessa tyytyväisyys perustuu vahvasti käyttäjiemme odotusten ja kokemusten vastaavuuteen palveluidemme sisällöstä, sivustojen teknisestä käyttäjäkokemuksesta, kuten sisällön löydettävyydestä ja saavutettavuudesta, navigoinnin selkeydestä ja ostoprosessin sujuvuudesta sekä asiakastuen toimivuudesta.

Merkittävä asiakastyytyväisyyteen vaikuttava psykologinen tekijä on luottamus palvelun toimivuuteen ja tietoturvallinen asiointi. Medioidemme ja palveluidemme yhteinen käyttäjätunnus Alma-tunnus mahdollistaa sujuvan ja turvallisen siirtymisen palvelusta toiseen Alman digitaalisessa verkostossa. Alma-tunnus on nyt käytössä lähes kaikissa Alman medioissa ja digitaalisissa palveluissa Suomessa. Tunnuksen rekisteröityjä käyttäjiä oli vuoden 2022 loppuun mennessä noin 1,9 miljoonaa. Itsepalvelutilin ja kuluttajilta kerätyn datan läpinäkyvyyden kehittämistä jatkettiin ja yhtenäistettiin yhteisillä työkaluilla. Vuoden aikana Alma-tunnus otettiin käyttöön myös b-2-b-asiakkaille ja sen käyttö laajenee mittavasti vuonna 2023. Kirjautuneen käyttäjän yhä



paremman ja personoidumman käyttö- ja asiakaskokemuksen kehittäminen on jatkuvaa työtä. Alma-tunnus mahdollistaa palvelujemme käyttäjälähtöisen kehittämisen ja asiakasymmärryksen kasvun.

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Alma Mediassa palveluiden ja median kehitystyö on jatkuvaa ja asiakkaiden tyytyväisyyttä seurataan asiakaskyselyin ja Net Promotor Score -mittarilla, jossa käyttäjiltä kysytään, kuinka todennäköisesti suosittelevat palvelua toisille käyttäjille asteikolla 0–10. Tuloksista saadaan suosittelevat (arvosana 9–10), passiiviset (arvosana 7–8), jotka ovat tyytyväisiä, mutta eivät niin sitoutuneita palveluun, että suosittelevat sitä ja arvostelijat (0–6), jotka ovat olleet tyytymättömiä saamaansa palveluun. Kun suosittelevien määrästä vähennetään arvostelijoiden määrä ja jaetaan koko vastaajajoukolla, saadaan tulos -100 ja 100 väliltä. Tulos -100 tarkoittaa, että kaikki asiakkaat ovat tyytymättömiä ja 100, että kaikki asiakkaat ovat suosittelevia. Vuotuisen NPS-keskiarvon vaihteluväli Alma Median palveluissa oli vuonna 2022 18,1 ([Vuokraovi.com](#)) – 44,1 ([Etuovi.com](#)), esimerkiksi Autotali.com palvelun NPS:n asettuessa näiden väliin (keskiarvo 25,0). Toistaiseksi vain osa palveluista on mitannut asiakastyytyväisyyttä NPS:n avulla, mutta vuoden aikana tehtiin päätös

mittaamisen yhtenäistämisestä, ja mallia lähdetään toteuttamaan vuonna 2023.

Eettinen palvelusuunnittelu

Vuoden 2022 aikana Aalto-yliopiston Capstone-kurssin opiskelijat toteuttivat projektityönään Almalle raamitukset eettiselle ja vihreälle palvelusuunnittelulle, jonka ohjaaviksi tekijöiksi tunnistettiin saavutettavuus, tietosuoja ja kyberturvallisuus sekä energian kulutuksen vähentäminen.

Alma Mediassa eettinen palvelusuunnittelu tarkoittaa eettisesti kestävästä liiketoiminnan suunnittelusta ja kehittämisestä, jonka tarkoituksena on muun muassa varmistaa digitaalisten palveluidemme hyvä saavutettavuus kaikille yleisöryhmille. Eettinen palvelusuunnittelu tarkoittaa Alma Mediassa myös koneoppimisen, datan ja analytiikan eettistä hyödyntämistä. Emme muodosta kohderyhmiä lapsista tai alle 18-vuotiaista nuorista emmekä siten kohdenna tällaiselle ryhmälle sisältöä tai mainontaa. Sisällön kohdentamisessa käytetyt algoritmimme eivät rajoita sisällön saavutettavuutta miltään käyttäjäryhmältämme. Alma Mediassa on käynnistetty myös kartoitustyö palvelujen EU:n esteettömyysdirektiivin mukaisuudesta, vaikka direktiivi ei suoraan velvoita palveluitamme. Vuonna 2022 Alma Talentin palvelut ovat panostaneet design-systeemin rakentamiseen, jossa

saavutettavuuden parantaminen on yksi keskeisistä tavoitteista. Talouselämä on jo ottanut käyttöön kyseisen systeemin ja kaikki Alma Talentin sivustot tulevat ottamaan sen käyttöön.

Yritysten vastuullisuuden arviointi on tärkeä osa kumppaneiden valintaa jokaisella yritystoiminnan osa-alueella. Luotettavaa ja vertailukelpoista yritysvastuutietoa on vielä heikosti saatavilla, etenkin pienistä ja keskiuurista yrityksistä. Regulaatio tulee helpottamaan yritysvastuutiedon keräämistä, sillä raportointivelvollisuudet laajenevat ja yritysten huolellisuusvelvoitteeseen liittyvä lainsäädäntö tarkentuu. Vuonna 2022 toteutettiin tutkimus pk-yritysten yritysvastuutiedoista ja järjestettiin hackathon, jossa ideoitiin tulevaisuuden yritysvastuudatapalveluita. Työ riittävän laadukkaan ratkaisun löytämiseksi jatkuu, ja lähivuosien tavoitteena on auttaa asiakkaita löytämään ja valitsemaan entistä vastuullisemmin omat asiakkaansa ja yhteistyökumppaninsa.

Vuoden aikana Alma Median henkilökunnalle on järjestetty sisäisiä koulutuksia saavutettavuudesta sekä koostettu saavutettavuustestauksen opas, joka tarjoaa vinkkejä ja ohjeistuksia saavutettavuuden testaamiseen aloittamiseen. Lisäksi pohjustettiin sisäistä eettisen palvelusuunnittelun käsikirjaa sekä

Eettisen palvelusuunnittelun tarkoituksena on varmistaa digitaalisten palveluidemme hyvä saavutettavuus kaikille yleisöryhmille.

saavutettavuuden kriteereitä seuraavaa testausopasta esimerkiksi auditoinnin tueksi. Sisäisten dokumenttien tekemisen kartoittamista jatketaan vuonna 2023.

Vihreä palvelusuunnittelu

Palvelusuunnittelun toinen olennaisuusanalyysissa tunnistettu tekijä on vihreä kehityspolku. Vuonna 2022 Alma Median asumisen palvelut tavoittivat keskimäärin yhteensä 965 000 eri kävijää viikossa ja autoilun palvelut keskimäärin



797 000 eri kävijää viikossa. Palvelumme mahdollistavat käyttäjien vastuulliset valinnat tarjoamalla ympäristölähtöisiä hakukriteerejä kohteiden listaamiseen. Etuovi.com-palvelussamme voi käyttäjä tehdä valinnan tarjolla olevista kohteista perustuen esimerkiksi asunnon lämmitysmuotoon. Vastaavasti autoilun palveluissa Nettiauto- ja Autotalli.com voi auton valita perustuen auton käyttövoimaan, kulutukseen ja päästöluokitukseen, jotka vaikuttavat suoraan myös autoveron suuruuteen ja käytön kustannuksiin. Vuoden 2022 aikana molemmissa palveluissa tarjottujen sähkö- tai kaasuautojen määrä on kasvanut 100 % Nettiautossa, ollen vuoden lopussa yli 5 000 ja Autotalli.com-palvelussa yli 4 000 vaihtoehtoa. Nettiauto-palvelun hakua on kehitetty sähköautojen hakua huomioivaksi. Hakukriteereihin on otettu mukaan muun muassa akkukapasiteetti, latausteho ja -tyyppi sekä sähköinen kantama. Myynnin trendi on sähköautois- ja hybrideissä ollut hyvä.

Palvelujen kriteeristöä tullaan kehittämään edelleen ja viestinnällä korostamaan kestävien valintojen mahdollisuuksia asuntoa tai autoa hankittaessa.

Kestävät kaupungit ja yhteisöt

Alma Median olennaisuusanalyysissa tunnistettu vastuullisuuden alue

Kestävät kaupungit ja yhteisöt on yhtiölle mahdollisuus vaikuttaa kestävään kehitykseen, sillä palveluissamme toteutuvat sähköinen asiointi, asumisen arkea tukeva digitaalinen palvelutarjonta ja sijaintipalvelut vähentävät tarpeetonta autoilua ja liikkumista. Myös erilaiset asukasyhteisöpalvelut voivat lisätä alueen asukkaiden yhteenkuuluvuutta ja tiivistää sosiaalisia suhteita ja yhteisön viihtyvyyttä. Vertailu- ja jakamistalouden palvelujen kautta vaihtavat tavarat ja palvelut alueellisissa yhteisöissä tehokkaasti omistajaa, vähentävät asumisen hiilijalanjälkeä ja turhaa kulutusta ja varastointia.

Kuluttajien asumisen kestäviä valintoja tukeakseen, vuonna 2022 yhtiön asuminen palvelut [Etuovi.com](https://etuovi.com) ja [Vuokraovi.com](https://vuokraovi.com) konseptoivat palvelua, joka mahdollistaa kuluttajalle asumisen kestävien valintojen tekemisen helposti ja nopeasti. Tämä tuo myös asumisen ja asuntokaupan ammattilaisille mahdollisuuden markkinoida omia palveluitaan kestäviin valintoihin liittyen. Konseptointityötä jatketaan koken asuminen kestävä dataa, kulutustottumuksia ja kestävä asuminen palvelutarjontaa tiivistä yhteistyössä asiakkaiden, alan toimijoiden ja Aalto-yliopiston kanssa sekä opiskelijaprojekteissa.

Vuoden aikana toteutettiin Aalto-yliopiston Information Technology

Program -ohjelman opiskelijoiden kanssa kaksi kehitysprojektia; ensimmäinen liittyen EU:n julkaisemaan kestävä rahoituksen luokittelujärjestelmään, taksonomiaan, ja toinen kartta- ja sijaintipohjaisiin palveluihin. Projektin lopputuloksia hyödynnetään tuotekehityksen apuna tavoitteena luoda älykkäitä tulevaisuuden palveluita rakennusten kestävyys arviointiin, sekä kohdekohtaisten ja alueellisten tietojen visualisointiin kartalla.

Yhteistyö ja kumppanuudet kestävä kehityksen edistämiseksi vuonna 2022

Alma Media on laajan yritys yhteistyönä muodossa vahvasti liiketoimintalueillaan verkottunut yhtiö. Lisäksi Alma Medialla on merkittäviä yhteiskunnallisia kumppanuuksia Suomessa ja kansainvälisesti. Suomessa yhtiö toimii aktiivisena jäsenenä esimerkiksi toimialaa edustavassa Medialiitossa, Keskuskauppakamarissa ja IAB Finlandissa. Yhteistyö Lasten ja nuorten säätiön kanssa on jatkunut jo vuodesta 2016 ja yhteistyön tavoitteena on nuorten paremman tulevaisuuden turvaaminen. Yhteistyö on käsittänyt mediakampanioita, yhteistyötä nuorten ilmastovaikuttajien kanssa ja nuorten henkisen hyvinvoinnin ja työelämävalmiuksien kehittämistä huomioiden myös erityisen tuen tarpeessa olevat nuoret. Vuonna 2022 merkittävin yhteistyömuoto

oli yhdessä Lasten ja Nuorten säätiön kanssa käynnistetty kansallinen työelämän tutustumishanke (TET). Osapuolet sopivat yhteistyöstä vuosille 2022–2024, ja yhteistyön fokusoinnista nuorten työelämän tutustumisen mahdollistamisessa aiempaa tasavertaisemmin, työelämäkokemuksen kartuttamisesta ja siltan rakentamisesta yritysten ja nuorten välille.

Toukokuussa 2022 Alma Media yhdessä Lasten ja nuorten säätiön kanssa lanseerasi työelämään tutustumisen konseptin, jonka tavoitteena on tehdä TET-jaksoista entistä mielekkäämpiä sekä nuorille että yrityksille. Uuden konseptin mukaisia TET-jaksoja toteutettiin hankkeen yhteistyöyrityksissä keväällä ja syksyllä. Vuoden 2023 aikana julkistetaan palvelu, jonka tarkoituksena on yritys yhteistyöllä kasvattaa merkittävästi julkisesti haettavien TET-paikkojen määrää. Mukana kehitystyössä on ollut joukko nuoria ja oppilaitoksia eri puolilta Suomea sekä Alma Median lisäksi muita merkittäviä yrityksiä kuten Deloitte, Outokumpu, Wärtsilä, Stora Enso ja Diakonissalaitos. Työelämään tutustuminen, eli TET, on Suomessa virallisen opetussuunnitelman mukaista toimintaa.

Lokakuussa 2022 Alma Median aiemmin Monsterina tunnettu työnhakupalvelu uudistui Joblyksi. Palvelu tuo kotimaisen Upright-tekniikka-yhtiön

vaikuttavuusdataa työnhaun tueksi ollen näin maailman ensimmäinen työnhakupalvelu, joka tarjoaa hakijoiden käyttöön riippumatonta tietoa yritysten vaikuttavuudesta. Vaikuttavuusdataa tuodaan esille yrityksistä, joista sitä on tällä hetkellä saatavilla. Painotus on alkuvaiheessa isoimmista yrityksistä, mutta tavoitteena on kasvattaa määrää huomattavasti tulevien vuosien aikana.

Vuoden aikana käynnistettiin yhteistyö Women in Tech Finland (WIT) -organisaation kanssa. Yhteisenä tavoitteena on lisätä monimuotoisuutta, tasa-arvoa ja inklusiota teknologia-alalla sekä kannustaa ja innostaa naisia hakeutumaan rohkeasti teknologia-alan pariin. Osana yhteistyötä näkyväksi tuodaan almalaisia teknologian parissa työskenteleviä naisia sekä heidän uratarinoitaan. Vuonna 2022 WIT ja Alma järjestivät yhdessä Responsible business in digital environment -tilaisuuden.

Autoalan kasvua ja kehitystä Alma Media tukee yhteistyöllä Autoalan Keskusliiton (AKL) kanssa. Autoalan Keskusliitto on alan taloudellisia ja työmarkkinaetuja ajava ja palveluja tuottava yhdistys, jonka tehtävänä on edistää jäsenyritystensä toimintaedellytyksiä. Kumppanuus on käynnistynyt jo vuonna 2019 ja on tähän hetkeen mennessä sisältänyt muun muassa sisältö- ja kehitysyhteistyötä, muita räätälöityjä koulutuksia sekä

**Alma Career
kokosi
lähes 12 000
ukrainalaisille
sopivaa vakituista
työpaikkaa
yhteen
Workania.eu-
palveluun.**

almalaisten ja autoalan asiantuntijoiden keskustelutilaisuuksia.

Kansainväliset yhteiskunnalliset hankkeet – tuemme ukrainalaisten työnhakua

Alma Media toimii yhdessätoista maassa ja yhtiön toiminta itäisen Keski-Euroopan alueella on keskittynyt rekrytointi- ja työelämäpalveluihin, kuten ammattilaisten kouluttamiseen. Alma median toimintamaissa rekrytointipalveluilla on meneillään useita työelämäosaamisen

parantamiseen tähtääviä hankkeita itäisessä Keski-Euroopassa.

Kansainvälisesti Alma Median merkittävin yhteiskunnallinen hanke vuonna 2022 oli valjastaa omat työpaikkaportaalit 11 maassa ukrainalaisten pakolaisten työnhaun tueksi lähes välittömästi sodan alettua ja järkyttyäessä eri puolilla Eurooppaa. Käytännössä Alma Career -maat tarjosivat ukrainalaisille pakolaisille kieliosaamisen perusteella sopivia työpaikkoja omien maidensa rekrytointisivustoilla. Myöhemmin Alma Careerin Tšekin ja Slovakian maaorganisaatioiden yhteistyössä luoma sivusto kokosi nämä työpaikat yhteen Workania.eu-palvelun alle. Lähes 12 000 vakituista Ukrainan pakolaisille sopivaa työpaikkaa Tšekeissä julkaistiin Workania.eu:n kautta vuoden 2022 aikana.

Lisäksi yhtiön toimintamaiden paikallisissa toimistoissa organisoitiin heti Venäjän hyökkäyssodan alettua tavara- ja vaa-tekeräyksiä Ukrainaan sekä järjestettiin avustusten kuljetuksia rajalle. Lisäksi henkilöstö keräsi ja lahjoitti omaa rahaansa ukrainalaisten hyväksi Alma Median virallisen rahalahjoituksen lisäksi.

Tšekin LMC osallistui moniin kansallisiin ja kansalaisjärjestöprojekteihin, joilla autettiin pakolaisia ja sodasta kärsiviä

ihmisiä Ukrainassa – erityisesti yhteistyössä suurimpiin kansalaisjärjestöihin lukeutuvan People in Need -organisaation ja Tšekin tasavallan työ- ja sosiaaliministeriön kanssa.

Lisäksi Profesia käynnisti Slovakiassa puhelinkeskuksen ukrainankielisille työnhakijoille ja Baltian Latviassa CV-Online avasi Telegram-tilin ukrainalaisille työnhakijoille, joka keräsi nopeasti yli 1 000 tilajaa ja julkaisujen näyttökerrat nousivat 5 000:een. CV-Online Latvia toteutti myös asiakasyrityksilleen kyselyn liittyen ukrainalaisen työvoiman rekrytointiin. Kyselyyn vastasi 146 paikallista yritystä, joista yli puolet ilmoitti palkan neensa ukrainalaisen työnhakijan pysyvästi tai tilapäisesti helmikuusta lähtien. CV-Online Virossa toteutti työnantajien ja työnhakijoiden keskuudessa 4 378 vastausta kerryttäneen kyselyn saadakseen paremman käsityksen siitä, kuinka Ukrainan pakolaisia voidaan auttaa löytämään työtä Virossa.

Inklusion lisääminen työmarkkinoilla

Slovakiassa Profesia jatkoi pitkäjänteistä työtä inklusion - työntekijän osallisuuden kokemuksen - kasvattamiseksi työmarkkinalla kehittäen työkaluja ja palveluita yritysten käyttöön. Help with Heart -ohjelma tuki vuonna 2022 yrityksiä rekrytoinnissa ja koulutuksessa

vajaakuntoisten työllistymiseksi sekä tarjosi ammatti- ja uraneuvontaa yli sadalle vajaakuntoiselle työnhakijalle. Profesia julkisti Profesia Labin, joka tuo uusinta osaamista neurodivergenttien työllistämiseen.

Nykyaikaiset HR-työkalut kouluille ja kansalaisjärjestöille

Slovakiassa Profesia käynnisti koulujen rehtoreille suunnatun akatemian neljä vuotta sitten tavoitteenaan parantaa peruskoulujen ja lukiodien henkilöstön johtamista, opetushenkilöstön työmotivaation, työhyvinvoinnin ja henkilöstön sitoutumisen parantamiseksi. Hanke on inspiroinut muita kansalaisjärjestöjä kutsumaan koulujen rehtorit mukaan hankkeisiinsa. Vuoden 2022 loppuun mennessä 86 koulun rehtoria suoritti koulutuksen kaikki kolme moduulia, jotka koostuvat johtamisen, ryhmätyöskentelyn ja visioinnin kehittämisestä koulutusympäristössä.

Slovakian yhteiskunnan avoimuuden ja työnhaun yhdenvertaisuuden edistämiseksi Profesia jatkoi vuonna 2022 rekrytointipalveluiden tarjoamista ilmaiseksi kansalaisjärjestöille ja kouluille, mikä lisää rekrytoinnin avoimuutta ja läpinäkyvyyttä julkisiin virkoihin. Profesia.sk-sivustolla julkaistiin 291 voittoa tavoittelemattoman järjestön työpaikkailmoitusta,

joiden rahallinen arvo oli 30 689 euroa. Koulujen ja opetusalan henkilöstön työpaikkailmoituspalvelun, edujobs.sk:n, käyttö nousi historiansa ennätyslukemiin. Slovakian koulujärjestelmän rekrytointiprosessien läpinäkyvyyden parantamiseksi Profesian tuki rekrytoinneille oli merkittävä: yhteensä 7 190 työpaikkaa 1 560 koulusta avattiin palvelussa julkiseen hakuun. Työpaikkailmoitusten rahallinen arvo oli 568 010 euroa.

Alma Median Tšekin tytäryhtiö LMC jatkoi ohjelmaa, jonka puitteissa tarjotaan rekrytointipalveluja kansalaisjärjestöille ja voittoa tavoittelemattomille järjestöille, yhden euron nimelliskorvausta vastaan. Yli 730 kansalaisjärjestöä ja muita voittoa tavoittelemattomia järjestöjä osallistui ohjelmaan. Palvelujen laskennallinen arvo raportointivuonna oli noin 8,1 milj. euroa ja ohjelman kautta ilmoitettiin yli 9 000 vakituista työpaikkaa. LMC on myös tarjonnut kansalaisjärjestöille ja voittoa tavoittelemattomille järjestöille pääsyn muihin palveluihinsa – kuten Seduo.cz-verkkokoulutuspalveluun ja Arnold-kyselytyökaluun – nimellistä maksua vastaan.

Bosnia ja Hertsegovinassa Kolektiv toteutti Sveitsin hallituksen rahoittaman nuorten työllistämishankkeen. Vuonna 2022 kumppanuusyrityksissä toteutettiin

viisi akatemiaa, jotka tarjosivat koulutuspaikkoja 308 nuorelle. Lisäksi Kolektiv toteutti yhteistyössä Maailmanpankin kanssa projektin, joka tarjosi työllistämistä ja neuvontapalveluita pitkäaikaistyöttömille ja työelämän ulkopuolella oleville naisille maksutta. Raportointivuonna neuvontapalveluita tarjottiin 600 työttömälle naiselle. Sosiaalisten ja yhteistyötaitojen koulutusta annettiin 464:lle ja teknistä koulutusta kymmenelle hankkeen osallistujalle. Hanke auttoi 231 työttömää työllistymään. Lisäksi Kolektiv toteutti yhteistyössä Sarajevon avoimen keskuksen ja UNFPA:n (United Nation Population Fund) kanssa The Most Attractive Employer -kyselyn, johon osallistui 15 000 henkilöä yhteensä 500 yrityksestä. Vuoden 2022 voittajat julkistettiin palkintojenjakotilaisuudessa helmikuussa 2023.

Kroatiassa MojPosao korosti yhteiskunnan monimuotoisuuden merkitystä Pride-kuukauden aikana vaihtamalla logonsa sateenkaarilogoiksi sosiaalisessa mediassa ja työpaikkaportaalissa. Työelämän laatua parantavien vuosittaisten työntekijöiden tyytyväisyystutkimusten ja The Best HR Practice Award -tutkimuksensa lisäksi MojPosao tukee myös Key different -projektia, jossa työnantajat kannustetaan palkkaamaan vajaakuntoisia työnhakijoita.

Baltiassa Liettuan CV-Online osallistui kansainväliseen DUOday-tapahtumaan ja teemapäivään, jossa yritykset ja organisaatiot avaavat ovensa ja esittelevät yrityksensä vajaakuntoisille. CV-Online on myös tukenut SOPAa, joka auttaa vammaisten integroitumista avoimille työmarkkinoille. CV-Online järjesti maksuttomia seminaareja noin 24 000 lukio-, ammattikoulu- ja korkeakouluopiskelijalle työmarkkinoista, työnhausta ja CV:n kirjoittamisesta sekä käynnisti nuorille suunnatun YouTube-projektin, joka tavoitti 158 500 nuorta työnhakijaa.

CV-Online Estonia selvitti kyselytutkimuksilla työympäristöön ja työhyvinvointiin liittyvien asioiden tilaa Virossa kuten "Työskentely loman aikana" ja "Kiusaaminen työpaikoilla", joihin saatiin lähes 5 000 vastausta. Kyselytutkimusten tavoitteena oli lisätä tietoisuutta mielenterveydestä ja levittää tietoa työympäristön kehittämiseksi Virossa. Tutkimustuloksiin pohjautuen CV-Online Estonia loi yli 20 opetuslistaa blogiartikkeliä. Blogi on kerännyt yli 64 055 lukijaa ja kolminkertaisen huomion sosiaalisessa mediassa.

Vastuullisuuden kehittäminen yhteistyöllä vuonna 2023

Vuonna 2023 Alma Media pyrkii edelleen tehostamaan yhteiskunnallista ja yritys yhteistyötä kestävä kehityksen

edistämiseksi. Resurssit keskitetään yhtiön strategian ja olennaisuusanalyysin perusteella määriteltyihin avaintemoihin ja yhtiön liiketoiminnan perusteella keskeisten vaikuttamismahdollisuuksien mukaisesti. Yhä useammat olennaisuuden osa-alueet liittyvät vahvasti yhtiön palveluliiketoimintaan ja brändeihin ja luovat pohjan uusien kestäväan kehitykseen perustuvien liiketoimintamahdollisuuksien syntymiselle.



Alma Media kehittää jatkuvasti ilmastoon liittyvää taloudellista raportointiaan. Yksi tämän raportin uusista asioista on kuvaaminen TCFD:n (Task Force on

Climate-related Financial Disclosures) suositusten mukaisesti ilmastoon liittyviä taloudellisia riskejä ja mahdollisuuksia. Niitä kuvataan TCFD:n suositusten

mukaisesti neljän aihealueen kautta, jotka ovat hallinnointi, strategia, riskienhallinta sekä mittaaminen ja tavoitteet.

Taulukko 12: TCFD:n mukaiset tiedot

Strategia	Ilmastoon liittyvien riskien ja mahdollisuuksien vaikutukset liiketoimintaan, strategiaan ja taloudelliseen suunnitteluun	Ilmatoriskit arvioidaan osana yhtiötason vuosittaista riskiarviointiprosessia. Kynnysarvot koskevat kaikkia riskejä yhtiön liiketoimintasegmenteissä ja toiminnoissa. Riskien taloudelliset tai strategiset vaikutukset on määritelty: • merkittäviksi, riskin toteutumisen todennäköisyyden ollessa suuri 6 kuukauden kuluessa ja jos nettotappiot ovat yli 10 miljoonaa euroa (korkea riski) • huomattaviksi, nettotappioiden ollessa 5–10 miljoonaa euroa (keskisuuri riski) • pieniksi, nettotappioiden ollessa 1–5 miljoonaa euroa (pieni riski).
Strategia	Ilmastoon liittyvien riskien ja mahdollisuuksien vaikutukset liiketoimintaan, strategiaan ja taloudelliseen suunnitteluun	Lyhyellä aikavälillä lämpenevät talvet vaikeuttavat Alman alihankkijoina toimivien paperintoimittajien puunkorjuuta metsistä, mikä voi nostaa paperin hintaa. Lisäksi kiristyvällä kansallisella ja EU-ilmastolainsäädännöllä saattaa olla kustannusvaikutuksia Alma Median alihankintaketjussa, esimerkiksi paperin tai jakelukustannusten muutokset vaikuttavat printtijulkaisujen kustannuksiin. Pidemmällä aikavälillä ilmastonmuutoksesta johtuvien sään ääri-ilmiöiden arvioidaan lisäävän digitaalisten palveluiden palvelukatkoksen riskiä Alma Median eri toimintamaissa. Yhtiö hallitsee ympäristöriskejään kehittämällä systemaattisesti toimintojaan tieteeseen perustuvien SBTi-ilmastotavoitteidensa mukaisesti sekä käymällä aktiivista ympäristödialogia avaintoimittajiensa kanssa.
Riskienhallinta	Ilmatoriskien identifioinnin, arvioinnin ja hallinnan yhteys organisaation muuhun riskienhallintaan	Ilmatoriskit arvioidaan osana yhtiötason vuosittaista riskiarviointiprosessia. Ilmatoriskien osalta yhtiö on tunnistanut muun muassa äärimmäisten sääolosuhteiden, lisääntyvän sääntelyn, päästökaupan hintoihin ja hinnoittelumekanismiin sekä ilmastonmuutokseen liittyvän asiakaskäyttäytymisen muutoksiin liittyvät riskit ja niiden vaikutukset toimintakustannuksiin ja ml. vakuutusten hintoihin.
Riskienhallinta	Prosessit ilmastoon liittyvien riskien tunnistamiseen ja arviointiin	Osana yhtiötason vuosittaista riskiarviointiprosessia ilmastoon liittyviä riskejä tunnistetaan ja arvioidaan markkina- ja toimintaympäristöstä, operatiivisesta, liiketoiminnallisesta sekä nykyisen ja tulevan sääntelykehikon ja lainsäädännön sekä maineriskin näkökulmista.
Mittaaminen ja tavoitteet	Scope 1 -, Scope 2 - ja Scope 3 -päästöt ja niihin liittyvät riskit	Sisältö Alma Median hallituksen toimintakertomus: Muun kuin taloudellisen tiedon selvitys / Vastuu ympäristöstä s. 24–25, 42 sekä Vastuullisuusraportti s. 158, 160, 161, 168, 171–173, 176, 177
Mittaaminen ja tavoitteet	Ilmatoriskien ja mahdollisuuksien hallintaan liittyvät tavoitteet ja tulokset	Sisältö Alma Median hallituksen toimintakertomus: Muun kuin taloudellisen tiedon selvitys / Vastuu ympäristöstä s. 26, 40–42, sekä Vastuullisuusraportti s. 172, 173, 177

Yritysvastuun laskenta- ja tiedonkeruun periaatteet

Alma Media käyttää vastuullisuusraportoinnissaan soveltuvien osin Global Reporting Initiative -aloitteen GRI-ohjeistoa ja Sustainable Accounting

Standard Boardin ohjeistoa. Raportointi koskee lähtökohtaisesti koko Alma Mediaa yhtiönä. Vastuullisesta mediasta raportoidaan edelleen myös GRI-G4-ohjeiston mukaisesti. Alma Median vastuullisuusraportoinnissa käyttämät

laskentarajat ja GRI- ja SASB -näkökohdat ovat näkyvillä sivujen 34–39 taulukoissa. Vuoden 2022 raporttia ei ole varmennettu.

Alma Median vastuullisuustyön virstanpylväät

2010

Alma Media julkistaa ensimmäisenä suomalaisena mediayhtiönä tutkittua tietoa toimialansa yritys vastuusta ja aloittaa Carbon Disclosure Projectille (CDP) raportointinsa

2012

Alma Media selvittää painetun lehden ja verkkomedian ympäristövaikutukset yhdessä Teknologian tutkimuskeskus VTT:n ja Kungliga Tekniska Högskolan (KTH) kanssa

2013

Liiketoiminnan digiaste ylittää 50 prosentin rajapyykin

2015

Yhtiö sitoutuu Pariisin julistukseen COP21:n tavoitteiden saavuttamiseksi



2021

SBTi:n 1,5 °C -tavoitteet hyväksyttiin, jotka pohjautuvat vuoden 2019 perustasoon, viimeisimpään normaalivuoteen ennen pandemiaa.

2020

Alma-talon (HQ) osalta siirrytään kaukolämmön ja kaukokylmän osalta uusiutuvien energialähteiden käyttöön

2019

Suomen toimintojen osalta siirrytään hankkimaan päästötöntä uusiutuvaa sähköenergiaa (vesivoima)

2018

Alma Mediasta kolmas mediayhtiö maailmassa asettaessaan validoidut SBT 2 °C -tavoitteet, jotka pohjautuvat vuoden 2016 perustasoon

GRI-indeksi

GRI:n mukainen sisältö		Sijainti	Lisätietoja
Organisaatio			
102-1	Raportoivan organisaation nimi	Alma Media	
102-2	Toimialat, brändit, tuotteet ja palvelut	Vuosikertomus s.6, Hallituksen toimintakertomus s. 17–19	
102-3	Organisaation pääkonttorin sijainti	www.almamedia.fi/yhteystiedot	
102-4	Toimintamaat	Suomi, Tšekki, Slovakia, Viro, Latvia, Liettua, Kroatia, Bosnia-Hertsegovina, Ruotsi, Puola, Slovenia	
102-5	Organisaation omistusrakenne ja yhtiömuoto	Hallituksen toimintakertomus s. 45	
102-6	Markkina-alueet, toimialat	Vuosikertomus s. 6	
102-7	Raportoivan organisaation koko	Hallituksen toimintakertomus s. 49	
102-8	Tietoa palkansaajista ja muista työntekijöistä	Vastuullisuusraportti s. 182	
102-9	Toimitusketju	Vastuullisuusraportti s. 176	
102-10	Merkittävät muutokset organisaatiossa ja toimitusketjussa	Tilinpäätös s.52, Hallituksen toimintakertomus s.15–18	
102-11	Varovaisuusperiaatteen soveltaminen	Hallituksen toimintakertomus s. 35–39	
102-12	Organisaation hyväksymät tai edistämät ulkopuolisten toimijoiden periaatteet tai aloitteet	Vastuullisuusraportti s. 166	
102-13	Jäsenyydet järjestöissä ja edunvalvontaorganisaatioissa	Vastuullisuusraportti s. 166–167	
Strategia			
102-14	Toimitusjohtajan katsaus	Hallituksen toimintakertomus s. 3–4	
102-15	Keskeiset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet	Hallituksen toimintakertomus s. 10, 15–19	
Liiketoiminnan eettisyys			
102-16	Arvot ja liiketoimintaperiaatteet	Vastuullisuusraportti s. 169	
102-17	Epäiltyjen väärinkäytösten ilmoittaminen	Vastuullisuusraportti s. 169	
Hallinto			
102-18	Hallintorakenne	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 126–128	
102-19	Vastuunjako	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 126–132	
102-20	Vastuuhenkilöt	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 128–132	
102-21	Sidosryhmien kuuleminen	Vastuullisuusraportti s. 162–163, 167	
102-22	Hallituksen kokoonpano	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 128	
102-23	Hallituksen puheenjohtaja	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 128	
102-24	Hallituksen valinta	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 128	
102-25	Eturistiriitojen välttäminen	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 140–143	
102-26	Hallituksen rooli organisaation tarkoituksen, arvojen ja strategian määrittelyssä	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 126–128	

GRI:n mukainen sisältö		Sijainti	Lisätietoja
102-27	Hallituksen kollektiivinen tieto	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 126–128	
102-28	Hallituksen suorituksen arviointi	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 132–134	
102-29	Hallituksen rooli vaikutusten ja riskien tunnistamisessa ja hallinnassa	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 132–134	
102-30	Riskienhallinnan tehokkuuden arviointi	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 132–134	
102-31	Hallituksen riskiarviointien säännöllisyys	Hallituksen toimintakertomus s. 35–37	
102-32	Hallituksen rooli vastuullisuusraportoinnissa	Hallituksen toimintakertomus s. 22 , Vastuullisuusraportti s. 166–167	
102-33	Kriittisten huolenaiheiden kommunikointi	Hallituksen toimintakertomus s. 22	
102-34	Kriittisten huolenaiheiden luonne ja määrä	Hallituksen toimintakertomus s. 22	
102-35	Hallituksen ja ylimmän johdon palkitseminen	Palkitsemisraportti s. 149–155	
102-36	Palkkioiden määräytyminen	Palkitsemisraportti s. 149–155	
102-40	Luettelo organisaation sidosryhmistä	Vastuullisuusraportti s. 163	
102-41	Kollektiivisesti neuvoteltujen työehtosopimusten piiriin kuuluva henkilöstö		Alma Media noudattaa työlainsäädäntöä kaikissa toimintamaissaan. Tieto kollektiivisesti neuvoteltujen työehtosopimusten piiriin kuuluvien työntekijöiden määrästä on saatavilla Suomen ja Ruotsin liiketoiminoista. Suomessa työehtosopimusten piiriin henkilöstöstä kuului vuoden 2022 lopussa 61 %. Ruotsissa kaikki Alma Median työntekijät kuuluivat työehtosopimusten piiriin vuonna 2022.
Sidosryhmävuorovaikutus			
102-42	Sidosryhmien määrittely- ja valintaperusteet	Vastuullisuusraportti s. 162–163	
102-43	Sidosryhmätoiminnan periaatteet	Vastuullisuusraportti s. 162–163	
102-44	Sidosryhmien esille nostamat tärkeimmät asiat ja huolenaiheet	Vastuullisuusraportti s. 162–163	
Raportointikäytäntö			
102-45	Konsernitilinpäätökseen sisältyvät yhtiöt	Hallituksen toimintakertomus s. 12	
102-46	Raportin sisällön määrittely	Hallituksen toimintakertomus s. 2	
102-47	Olenaiset aiheet ja niiden laskentarajat	Vastuullisuusraportti s. 162, 197	
102-48	Muutokset aiemmin raportoiduissa tiedoissa	Vastuullisuusraportti s. 197	
102-49	Merkittävät muutokset raportin laajuudessa ja aiheiden laskentarajoissa	Vastuullisuusraportti s. 197	
102-50	Raportointijakso	1.1.–31.12.2022	
102-51	Edellisen raportin päiväys	8.3.2022	
102-52	Raportin julkaisutiheys	Vuosittain	
102-53	Yhteystiedot, josta kysyä raporttiin liittyviä lisätietoja	comms@almamedia.fi	
102-54	GRI-standardien mukainen raportoinnin kattavuus	Vastuullisuusraportti s. 199–202	

GRI:n mukainen sisältö		Sijainti	Lisätietoja
102-55	GRI-sisällysluettelo	Vastuullisuusraportti s. 198–201	
102-56	Raportoinnin varmennus	Vastuullisuusraportti s. 197	
Johtamismalli			
103-1	Olenaisia aiheita koskevat laskentarajat	Vastuullisuusraportti s. 166–167	
103-2	Johtamistapa ja sen osa-alueet	Vastuullisuusraportti s. 166–167	
103-3	Johtamistavan arviointi	Vastuullisuusraportti s. 166–167	
Taloudelliset standardit			
Taloudelliset tulokset			
201-1	Suoran taloudellisen arvon tuottaminen ja jakaminen	Hallituksen toimintakertomus s. 21	
201-4	Julkiselta sektorilta saatu taloudellinen avustus	Vastuullisuusraportti s. 170	
Korruptionvastaisuus			
205-1	Korruptioon liittyvien riskien varalta ennakoitujen toimet	Vastuullisuusraportti s. 169–170	
205-2	Tiedonanto ja koulutus korruption vastaisesta politiikasta	Vastuullisuusraportti s. 169–170	
205-3	Vahvistetut korruptiotapaukset ja niihin liittyvät toimenpiteet	Vastuullisuusraportti s. 170	
Kilpailun rajoittaminen			
206-1	Kilpailuoikeudellisten säännösten rikkomiseen, kartelleihin ja määräävän markkina-aseman väärinkäyttöön liittyvät oikeustoimet	Vastuullisuusraportti s. 170	
Ympäristöstandardit			
Energia			
302-1	Organisaation oma energiankulutus	Vastuullisuusraportti s. 172	
302-2	Energiankulutus organisaation ulkopuolella	Vastuullisuusraportti s. 172	
Päästöt			
305-1	Suorat kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 1)	Vastuullisuusraportti s. 172	
305-2	Epäsuoran energian kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 2)	Vastuullisuusraportti s. 172	
305-3	Muut epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 3)	Vastuullisuusraportti s. 172, 176	
305-4	Energiaintensiteetti	Vastuullisuusraportti s. 172	
305-5	Kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen	Vastuullisuusraportti s. 172, 176	
307-1	Ympäristölainsäädännön ja -säännösten rikkominen	Vastuullisuusraportti s. 172	
308-1	Uudet toimittajat jotka seulottu ympäristökriteerejä käyttäen	Vastuullisuusraportti s. 176	

GRI:n mukainen sisältö		Sijainti	Lisätietoja
308-2	Kielteisten ympäristövaikutusten minimoimiseksi toimitusketjussa toteutetut toimet	Vastuullisuusraportti s. 176	
Sosiaaliset standardit			
Henkilöstön vaihtuvuus			
401-1	Uusien työntekijöiden rekrytointi ja työntekijöiden vaihtuvuus	Vastuullisuusraportti s. 184	
Koulutus ja henkilöstön kehittäminen			
404-1	Keskimääräiset koulutustunnit vuodessa työntekijää kohti 404-1		Ei saatavilla vuodelta 2022
404-2	Osaamisen kehittämiseen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat	Vastuullisuusraportti s. 184–185	
404-3	Säännöllisten suoritusarvioiden ja kehityskeskustelujen piirissä olevan henkilöstön osuus	Vastuullisuusraportti s. 184	
Monimuotoisuus ja yhtäläiset mahdollisuudet			
405-1	Hallintoelinten ja henkilöstön monimuotoisuus	Vastuullisuusraportti s. 181–182	
405-2	Naisten ja miesten peruspalkan suhde		Alma Media ei määrittele henkilöstönsä sukupuolta.
Syrjinnän kieltö			
406-1	Syrjintätapaukset ja korjaavat toimenpiteet	Vastuullisuusraportti s. 182	
414-1	Toimittajien seulominen perustuen sosiaalisiin kriteereihin	Vastuullisuusraportti s. 176	
414-2	Kielteisten sosiaalisten vaikutusten minimoimiseksi toimitusketjussa toteutetut toimet	Vastuullisuusraportti s. 176	
Poliittinen vaikuttaminen			
415-1	Poliittinen tuki	Vastuullisuusraportti s. 169	
Markkinointiviestintä ja tuoteinformaatio			
417-3	Markkinointiviestintään liittyvien lakien, säännösten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomukset	Vastuullisuusraportti s. 188	
Asiakkaiden yksityisyyden suoja			
418-1	Asiakkaiden yksityisyyden suojan rikkomiseen ja asiakastietojen hävittämiseen liittyvät valitukset	Vastuullisuusraportti s. 179	
Määräystenmukaisuus			
419-1	Lakien ja säästöjen rikkomukset sosiaalisten ja taloudellisten tekijöiden osalta	Vastuullisuusraportti s. 170, 182	
GRI G4:n mukainen sisältö			
Media-alaa koskevat standardit			
G4-M1	Ei-valtiollisista lähteistä saatu merkittävä rahoitus ja muu tuki	Vastuullisuusraportti s. 169	
G4-M2	Vastuullisen journalismin takaavat käytännöt	Vastuullisuusraportti s. 187–189	
G4-M3	Journalismin vastuullisuutta kehittävät hankkeet	Vastuullisuusraportti s. 187–189	
G4-M4	Sisällön saavutettavuus, herkän yleisön suojelu ja voimaannuttaminen	Vastuullisuusraportti s. 187–188	
G4-M7	Yleisön mediataitojen kehittäminen	Vastuullisuusraportti s. 189, 194	

Global Compact -sisältöindeksi

Periaate	Sijainti
Ihmisoikeudet	
Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct, s.169 , 176–178 , 181
Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct, s.169 , 176–178 , 181
Työelämä	
Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluoikeuden tehokasta tunnustamista.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct, s.169 , 176–178 , 181
Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct, s.169 , 176–178 , 181
Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct, s.169 , 176–178 , 181
Periaate 6: Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct, s.169 , 176–178 , 181
Ympäristö	
Periaate 7: Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct s.176–178 , 181
Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct s.176–178 , 181
Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct s.176–178 , 181
Korruption vastaisuus	
Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kiristys ja lahjonta.	Vastuullisuusraportti: Code of Conduct s.169 , 176–178 , 181

SASB (Sustainable Accounting Standard Board) -ohjeiston mukainen vastuullisuusraportointi

SASB mukaisuus		Sijainti	Lisätietoja
TC-IM-520a.1	Kilpailunvastaisiin oikeudellisiin menettelyihin liittyen syntyneet taloudelliset tappiot	Vastuullisuusraportti s. 170	
SV-ME-270a.3	Kuvaus lähestymistavasta, jolla varmistetaan totuudenmukaisuuteen, tarkkuuteen, objektiivisuuteen, oikeudenmukaisuuteen ja vastuullisuuteen liittyvän uutisohjelmoinnin journalistisen eheyden varmistaminen; sisällöntuottajan riippumattomuus ja/tai mahdollisen puolueellisuuden avoimuus; yksityisyyden suoja ja haittojen rajoittaminen	Vastuullisuusraportti s. 187–188, 179–180	
SV-ME-520a.1	Kuvaus lähestymistavasta ip-suojauksen varmistamiseksi	Vastuullisuusraportti s. 179–180	
SV-ME-270a.1	Kunnianloukkaukseen tai herjaukseen liittyvistä oikeudenkäynneistä johtuvien taloudellisten tappioiden kokonaismäärä	Vastuullisuusraportti s. 170	
SV-ED-230A.1 CG-EC-230A.1 TC-IM-230A.2	Kuvaus tietoturvariskien tunnistamiseen ja puuttumiseen koskevasta lähestymistavasta	Vastuullisuusraportti s. 179–180	
SV-ED-230A.2	Kuvaus tietojen keräämiseen, käyttöön ja säilyttämiseen liittyvistä politiikoista ja käytännöistä	Vastuullisuusraportti s. 179–180	
SV-ED-230A.3 CG-EC-230A.1 TC-IM-230A.1	Tietoturvaloukkausten määrä (%), johon liittyy henkilökohtaisia tietoja, ja näihin tapauksiin liittyvien käyttäjien määrä	Vastuullisuusraportti s. 179–180	
CG-EC-220A.1 TC-IM-220A.1	Niiden käyttäjien lukumäärä, joiden tietoja käytetään toissijaisiin tarkoituksiin	Vastuullisuusraportti s. 179–180	
CG-EC-220A.2 TC-IM-220A.1	Kuvaus käyttäytymiseen perustuvaan mainontaan ja käyttäjien yksityisyyteen liittyvistä käytännöistä	Vastuullisuusraportti s. 188	
TC-IM-220A.3	Käyttäjän yksityisyyteen liittyvistä oikeudenkäynneistä johtuvien taloudellisten tappioiden kokonaismäärä	Vastuullisuusraportti s. 179, 170	
SV-ME-260A.2	Kuvaus politiikoista ja menettelyistä, joilla varmistetaan median moniarvoisuuden toteutuminen	Vastuullisuusraportti s. 187	
SV-ME-260a.1 TC-IM-330A.3	Sukupuolten, rodun ja etnisen taustan edustavuus % osuus johto ja työntekijät	Vastuullisuusraportti s. 181–182	
TC-IM-330A.1	Ulkomaalaisten työntekijöiden osuus prosentteina	Vastuullisuusraportti s. 182	
TC-IM-330A.2	Työntekijöiden sitoutuminen, työnantajan suosittelu, 5	Vastuullisuusraportti s. 184	
TC-IM-130A.3	Ympäristönäkökohtien sisällyttäminen datakeskustarpeisiin liittyvään strategiseen suunniteluun	Vastuullisuusraportti s. 174–175	
NASDAQ ESG		Sijainti	
G6.1	Noudattaako yrityksesi eettistä ohjeistoa ja/tai korruption vastaista käytäntöä?	Vastuullisuusraportti s. 169	
G6.2	Jos kyllä, mikä prosenttiosuus työvoimasta on virallisesti todistanut, että se noudattaa käytäntöä?	Vastuullisuusraportti s. 169	



Alma Media Oyj

Alvar Aallon katu 3 C, 00100 Helsinki Postiosoite: PL 140, 00101 Helsinki

Puh. 010 665 000, etunimi.sukunimi@almamedia.fi, almamedia@almamedia.fi