

Výsledek hospodaření VLTAVA LABE MEDIA za rok 2022

2.6.2023 - | VLTAVA LABE MEDIA

Mediální skupina VLTAVA LABE MEDIA v loňském roce potvrdila svou ekonomickou stabilitu a významnou pozici na českém mediálním trhu, a to i přes nepříznivé nákladové podmínky související s bezprecedentním růstem cen distribuce, papíru a energií.

Rok 2022 byl pro mediální skupinu VLTAVA LABE MEDIA a.s. (dále jen „VLM“) zejména ve znamení realizace digitální strategie, aktivní práce s předplatitelským kmenem a zkvalitňování nabízených služeb a produktů a na to navazující rozšiřování portfolia společnosti.

Významnými aspekty, které společnost v loňském roce zasáhly, byly především rostoucí ceny distribuce denního tisku, papíru a energií, které se bezprostředně promítly do navýšení cen tištěných produktů – novin i časopisů.

Účetní konsolidovaná EBITDA dosáhla pro skupinu VLM částky 173 mil. Kč a hospodářský výsledek před zdaněním byl 57 mil. Kč.

V průběhu roku pokračovala transformace z tradičního papírového vydavatelství k plně multimediální společnosti. Důraz byl kladen na **rozvoj zpravodajského, magazínového a lifestyle obsahu** v rámci tištěných a online titulů a také na classifieds weby. Nedílnou součástí transformace byla i péče o předplatitelskou základnu, rozvoj proklientských aktivit a posilování dominantní pozice v oblasti Hobby segmentu.

Významným krokem byla především **změna workflow redakční práce** oddělení zpravodajského Deníku a lifestyleových a tradičních titulů. Vše s důrazem na použití vytvářeného obsahu v rámci online portfolia ve smyslu „digital first“, což se také významně promítlo do **nárůstu návštěvnosti webů** až o desítky procent ročně. Značné rozšíření obsahu a s tím spojené zvýšení návštěvnosti zaznamenaly například weby Důmazahrada.cz, Vlasta.cz či magazínové rubriky na Deník.cz.

Stejně jako v předchozích letech i v roce 2022 byla jednou z vlajkových lodí portfolia VLM **značka Deník**, která potvrdila svou pozici nejčtenějšího zpravodajského titulu se silným zastoupením v regionech a unikátním spojením celostátního a regionálního zpravodajství. To vše v 70 regionálních mutacích v rámci České republiky pod značkami tištěného periodika Deník, měsíčníku Deník Extra a webové verze Deník.cz. Velkou měrou k posílení povědomí o značce na trhu přispěl i úspěšný restart inzertního titulu Deník Extra, který prošel úpravou redakčního rozsahu, posílením marketingu a rozšířením distribuce včetně zvýšené kontroly její kvality.

Silnou pozici v oblasti tištěných titulů podpořila VLM v průběhu roku **akvizicí televizního Týdeníku TV Pohoda a měsíčníku TV Pohoda Křižovky**. Tím rozšířila nejen své zastoupení v oblasti televizních titulů, kterých má v portfoliu nejvíce na trhu, ale také počet předplatitelů především z regionů, čímž jednoznačně dostala profilu společnosti a své regionální unikátnosti.

Významný podíl na ekonomické stabilitě VLM měly také **oblasti classifieds a distribuce**, které pod hlavičkou značek TipCars.com a Česká distribuční dokázaly přizpůsobit nabídku svých služeb, nepříznivě se vyvíjející poptávce a posílily své pozice na trhu.

VLM také opět dostala své společenské odpovědnosti v podobě objektivního a pravdivého

informování obyvatel ČR o aktuálním dění.

„Rok 2022 s sebou nesl nepříjemné nákladové šoky, které nás donutily navýšit výrazně ceny našich titulů a služeb. Je to riskantní krok zejména kvůli klesající kupní síle obyvatelstva dané vysokou roční inflací. Plné dopady těchto opatření budeme schopni vyhodnotit až v dalším účetním období. I tak se nám ale díky široké diverzitě našeho portfolia podařilo udržet společnost stabilní. Důkazem je například příznivý vývoj tržeb, výrazně navýšený zásah webů a udržení si šíře předplatitelské základny všech titulů,“ uvedl Vít Nantl, předseda představenstva a generální ředitel VLM.

<https://www.vlmedia.cz/tiskove-zpravy/vysledek-hospodareni-vltava-labe-media-za-rok-2022-20230602.html>