



A11

TERAPEUTICKÁ PORADNA ONLINE

Konzultace a poslech vašeho demova

www.klidnaduse.cz

www.nasregion.cz

BRNĚNSKO – BLANENSKO – VYŠKOVSKO

17. října / číslo 4 / pondělí 22. 1. 2012

Nové byty jsou drahé, přesto se jich vloni prodalo nejvíce od krize

Tři s brněnskými byty zažili zvláštní osud. Nejvíce ceny nových bytů i úrokové sazby hypotek. Přesto se jich prodalo nejvíce od doby ekonomické krize před 13 lety. Celkem lidé za nové bydlení utratili více než 6,5 miliardy korun.

V uplynulém roce se v Brně prodalo celkem 1 310 nových bytů. Oproti roku 2009 o čtvrtinu více. Nejvíce se jich prodalo v prvním pololetí roku, kdy v době, kdy se začínalo s výstavbou nových bytů, lidé začali hledat nové bydlení. Vloni se jich prodalo nejvíce od doby ekonomické krize před 13 lety. Celkem lidé za nové bydlení utratili více než 6,5 miliardy korun.

V uplynulém roce se v Brně prodalo celkem 1 310 nových bytů. Oproti roku 2009 o čtvrtinu více. Nejvíce se jich prodalo v prvním pololetí roku, kdy v době, kdy se začínalo s výstavbou nových bytů, lidé začali hledat nové bydlení. Vloni se jich prodalo nejvíce od doby ekonomické krize před 13 lety. Celkem lidé za nové bydlení utratili více než 6,5 miliardy korun.

V uplynulém roce se v Brně prodalo celkem 1 310 nových bytů. Oproti roku 2009 o čtvrtinu více. Nejvíce se jich prodalo v prvním pololetí roku, kdy v době, kdy se začínalo s výstavbou nových bytů, lidé začali hledat nové bydlení. Vloni se jich prodalo nejvíce od doby ekonomické krize před 13 lety. Celkem lidé za nové bydlení utratili více než 6,5 miliardy korun.

V uplynulém roce se v Brně prodalo celkem 1 310 nových bytů. Oproti roku 2009 o čtvrtinu více. Nejvíce se jich prodalo v prvním pololetí roku, kdy v době, kdy se začínalo s výstavbou nových bytů, lidé začali hledat nové bydlení. Vloni se jich prodalo nejvíce od doby ekonomické krize před 13 lety. Celkem lidé za nové bydlení utratili více než 6,5 miliardy korun.

V uplynulém roce se v Brně prodalo celkem 1 310 nových bytů. Oproti roku 2009 o čtvrtinu více. Nejvíce se jich prodalo v prvním pololetí roku, kdy v době, kdy se začínalo s výstavbou nových bytů, lidé začali hledat nové bydlení. Vloni se jich prodalo nejvíce od doby ekonomické krize před 13 lety. Celkem lidé za nové bydlení utratili více než 6,5 miliardy korun.

Z obsahu číslo

Rozhovor s Markem Ztraceným



Mark Ztracený
Rozhovor s Markem Ztraceným

Mark Ztracený
Rozhovor s Markem Ztraceným

Informační dokument MEDIÁLNÍ SKUPINA A 11

2024

MEDIÁLNÍ PLATFORMA A11

Představení Společnosti

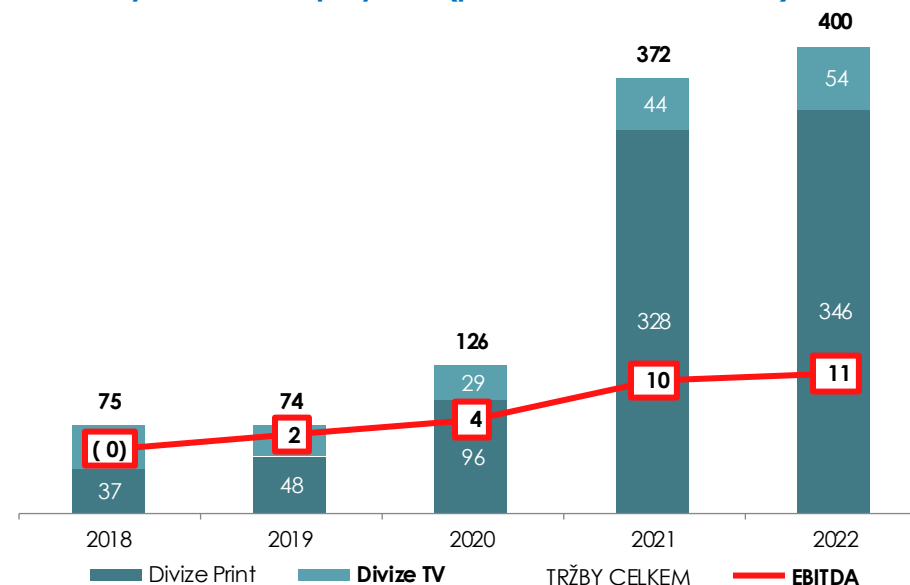
Skupina A 11 je dynamicky rostoucí mediální skupina kombinující komplexní spektrum tištěných médií, televizní kanál, webové zpravodajství a eventové aktivity. Společnost je výjimečná zaměřením na lokální tisk a regionální zpravodajství, ve kterém patří k nejsilnějším uskupením v České republice, a disponuje ojedinělou schopností doručit specifické sdělení lokálnímu publiku

- **27 tištěných titulů** – A 11 je největším mediálním domem se zaměřením na regionální média, producentem odborného, prémiového a lifestyleho tisku
- **Distribuce** – více než 8 let budovaná distribuční síť zahrnuje přes 5 tisíc smluvních výdejních míst po celé České republice, online distribuční kanál Floowie.com
- **Web** – NasRegion.cz je zpravodajský portál s rozsáhlým počtem regionálních mutací, jehož zpravodajství je přebíráno dalšími významnými servery
- **Nová celoplošná televize** – A 11 TV provozuje celoplošný program zaměřený na regionální zpravodajství a navazuje na 10-ti letou historii a licence společnosti Regionální televize CZ
- **Regionální a odborné redakce** – Společnost vytvořila síť kontaktů se stovkami subjektů po celé České republice, které ji zasílají náměty na články a reportáže. Denní zpravodajství je přebíráno do radií, městských TV, oborových organizací a měst a obcí. V důsledku toho je zpravodajství denně konzumováno desítkami tisíc lidí
- **Dynamický růst byznysu doprovázen pozitivním vývojem finančního hospodaření** – růst dosahu a nákladu tiskovin je provázen dynamickým růstem obrátu Společnosti s konsolidovanými **tržbami ≈400 mil. Kč** a pozitivním vývojem **EBITDA ≈11 mil. Kč**.
- **Záměrem vlastníků** je nalezení silného strategického partnera s cílem podpory dalšího rozvoje Společnosti. Vlastníci jsou připraveni nabídnout majoritní či výrazný minoritní obchodní podíl ve Společnosti včetně dceřiných společností. Vlastníci zamýšlejí udržení minoritního podílu a exekutivních rolí v rámci Společnosti

Statistiky čtenosti a sledovanosti v roce 2022 (%růst proti 2021)

27	Tištěných titulů + > 30 regionálních mutací
5 051	Distribučních míst (stojanů)
6 257 277	Vydání distribuované online (ks / rok)
8 914 602 (+12%)	Náklad tištěných titulů (ks / rok)
11 482 195 (+43%)	Uživatelé webu NÁŠ REGION
30 233 315 (+63%)	Návštěvy webu NÁŠ REGION

Finanční výkonnost Skupiny A11 (pro-forma konsolidace)



KOMPLEXNÍ PORTFOLIO TITULŮ

Divize PRINT

ADVISORY
INVISORY
IN INVESTMENTS

Společnost vytvořila komplexní portfolio titulů, které pokrývá různé čtenářské segmenty a má tak zásah napříč regiony ČR specifickými čtenářskými skupinami. A 11 celkově publikuje přes 15.171.879 výtisků ročně, z toho 8.914.602 v tištěné podobě a 6.257.277 přes specializované on-line platformy



Segment	Distribuce (ks/rok) Tisk / Online*		Tituly	Popis
Lokální tituly (Náš REGION)	12 428 447	7 822 202 / 4 606 245	Náš REGION, Náš REGION Praha, Náš REGION Brno, Vaše Praha	Náš REGION je největším tuzemským regionálním periodikem distribuovaným bezplatně na více než 5 000 distribučních místech
Odborné tituly	441 395	226 621 / 214 774	PROFI Poradenství & Finance, EKO Česko, PROFI HR, PROFI, Medicína, ZE ZDRAVOTNICTVÍ, TRANSPORT Journal, RETAIL	Odborné tituly vycházejí za podpory a ve spolupráci s odbornými společnostmi a asociacemi a mají silný dopad do konkrétních oborů
Prémiové tituly	468 408	34 681 / 433 727	Lawyers & Business, Premium Guide, Innovation, Estate & Business, CEO	Prémiové tituly jsou určeny pro nejbonitnější a vlivnou cílovou skupinu a inzerují v nich nejvýznamnější inzertní klienti v ČR
Lifestylové tituly	1 169 308	476 267 / 693 041	INNSPIRACE, SORRY, Matka a dítě, ŠPUNTÍCI, Kutlůvství, Náš REGION pro ženy	Lifestylové tituly mají tradiční čtenářskou základnu. U historických titulů, např. časopis Sorry, má Společnost zaregistrovanou ochrannou známku
Společenské časopisy	472 404	159 914 / 312 490	Mladý svět	Časopis Mladý svět navazuje na tradici jednoho z nejoblíbenějších časopisů, který u nás vycházel téměř 40 let. Společnost k němu má zaregistrovanou ochrannou známku
Křížovky	56 851	56 851 / -	Mladý svět Křížovky, Náš REGION Křížovky, Sorry Křížovky	Různé typy křížovek jsou v ČR oblíbenou formou výplně volného času

Zdroj: Náklad za rok 2022, Společnost, Floowie.com
* Mimo uvedené segmenty je distribuováno dalších 135.000 tiskovin

ZÁSAH NAPŘÍČ ČTENÁŘSKÝMI SKUPINAMI

Divize PRINT

ADVISORY
INVISORY
IN INVESTMENTS

Různorodost titulů v portfolio A 11 přináší schopnost zasáhnout různé čtenářské skupiny dle kategorií věku, pohlaví a společensko-ekonomického zařazení. Díky tomuto obsahu je A 11 schopna doručit jak cílenou inzerci, tak i cílená sdělení

TITUL	Koeficient	Ženy vs Muži	Socio-ekonomická skupina
Náš REGION	2,5		
Profi Poradenství & Finance	7,0		
Profi HR	6,5		
Profi Medicína	3,0		
Ze zdravotnictví	7,0		
Estate & Business	10,0		
Premium Guide	10,0		
Lawyers & Business	8,0		
Innovation	8,0		
CEO	10,0		

TITUL	Koeficient	Ženy vs Muži	Socio-ekonomické skupiny
Inspirace	4,0		
Matka a dítě	3,0		
Křížovky Mladý svět	3,0		
Křížovky Náš REGION	3,0		
Křížovky Sorry	3,0		
Kutilství	2,5		
Sorry	4,0		
Špuntíci	5,0		
Mladý svět	3,5		

LEGENDA:

Koeficient
čtenosti

■ Muži
■ Ženy

■ A ■ AB ■ B ■ BC ■ C

Zdroj: Společnost, Mediaprojekt, Porovnání konkurenčních titulů

NEJVĚTŠÍ DISTRIBUČNÍ SÍŤ REGIONÁLNÍHO TISKU V ČR

Divize PRINT

ADVISORY
INVISORY
IN INVESTMENTS

Na základě více než 8-mi let intenzivního úsilí a významných finančních investic byla vybudovaná celorepubliková distribuční síť titulu **Náš REGION** zahrnující 5 051 výdejních míst na frekventovaných veřejných místech.

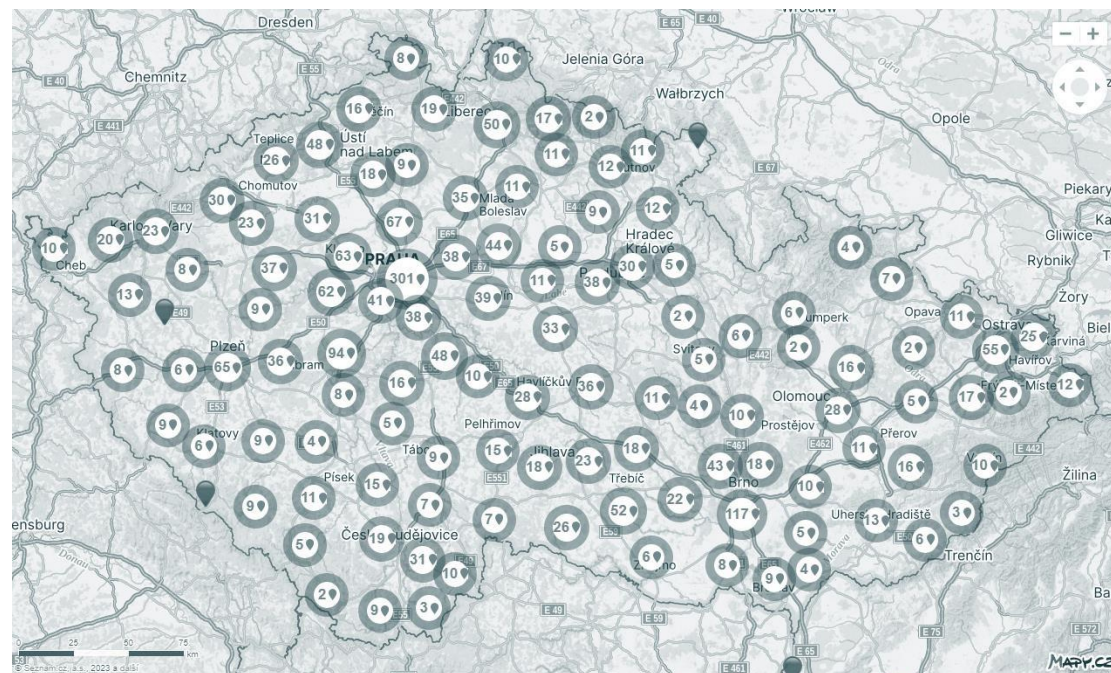
STOJANOVÁ SÍŤ

- Stojanová síť **Náš REGION** tvoří viditelně ohrančené stojany, což zajišťuje celodenní visibilitu, umístěné v rámci tří typů lokací:
 - Síť České pošty** s 1 312 stojany na základě exkluzivní smlouvy s Českou poštou na distribuci. Každý zákazník České pošty tak prochází kolem stojanů **Náš REGION**
 - Soukromé subjekty** na základě uzavřeného smluvního vztahu – ESO Market, COOP, Planeo Elektro, Levné knihy, Traficon, benzínové pumpy, lokální obchodníci, apod.
 - Veřejná místa** – obecní úřady, knihovny, infocentra a restaurace
- Historické využití distribuce prostřednictvím kamelotů, které bylo využíváno v Praze a Brně, je v současné době utlumeno

KNOW HOW A 11 V OBLASTI DISTRIBUCE

- V současnosti je **prakticky nemožné postavit obdobnou distribuční síť** bez vynaložení extrémní finanční investice. Pro nové subjekty je zároveň velice komplikované až nemožné se s novým projektem zalistovat v exkluzivních prodejkách
- Díky mediálním partnerství novin s místními kulturními a sportovními spolky je se **značka Náš REGION distribuována tam, kde lidé skutečně žijí a pohybují se**
- Efektivní a rychlá distribuce novin dokáže dostat aktuální vydání i na nejdlejší místa v ČR během několika hodin od vytisknutí
- Efektivní distribuce zahrnuje rychlost, kvalitu, schopnost pracovat s remitendou a plánovat s několika-měsíčním předstihem. Součástí strategie je **eliminovat drahé listovací poplatky** v prodejních sítích

Vybraná místa distribuční sítě A 11



PŘÍLEŽITOSTI

- Díky získanému know-how při budování distribuční sítě je Společnost schopna dále prakticky neomezeně vytipovávat a vytvářet nové distribuční místa v rámci existující platformy. **Další růst distribuční sítě je tak přímo úměrný množství finančních prostředků investovaných do růstu sítě**
- Předpokladem hráčů z mediálního trhu je, že v roce 2024 Česká pošta vzhledem ke své ekonomické situaci již nebude poskytovat službu neadresné distribuce a tím pádem nezůstane na trhu celoplošný operátor, **se otevírají nové obchodní příležitosti pro subjekty s reálnou schopností listinnou distribuci zajistit.**

WEB JE ROSTOUCÍM MEDIÁLNÍM KANÁLEM A 11

Divize PRINT

ADVISORY
INVISORY
IN INVESTMENTS

Web je synergickým distribučním kanálem a prostorem pro rozvoj ke stávajícím tištěným titulům. Webové stránky titulů A 11 zaznamenávají rostoucí návštěvnost s počtem 30 000 000 návštěv v rámci loňského roku a počtem 11 500 000 uživatelů

- **Online distribuce** – významnou roli hraje distribuce titulů **v digitální podobě** přes platformu **Floowie**, touto formou je distribuováno cca 45% titulů Společnosti
- Kromě tištěných a digitálních titulů Společnost provozuje **zpravodajský portál NášREGION.cz a odborné B2B portály** pro oblast zdravotnictví, finančního poradenství, advokacie, dopravy a logistiky, developmentu a realit, HR a personalistiky nebo prémiových témat
- **Zpravodajské portály** – jsou online platformou koexistující s tištěnými tituly, která přináší tyto přidané hodnoty:
 - Rozšíření publika: poskytování obsahu na různých platformách (online, mobilní, sociální média) oslovuje širší publikum a umožňuje přilákat čtenáře s různými preferencemi
 - Rychlost a aktualizace: Online platforma umožňuje rychlejší zveřejňování informací. Součástí jsou unikátní rozhovory s top osobnostmi, podcasty, odborné studie a informace, pomáhající s řízením firem.
 - Možnost interakce s čtenáři: Digitální platforma poskytuje prostředky pro interakci s čtenáři
 - Analytika a měření úspěšnosti: Digitální média umožňují sledovat metriky jako počet zobrazení, doby strávené na stránce, konverze atd., což pomáhá lépe porozumět chování a zájmům čtenářů

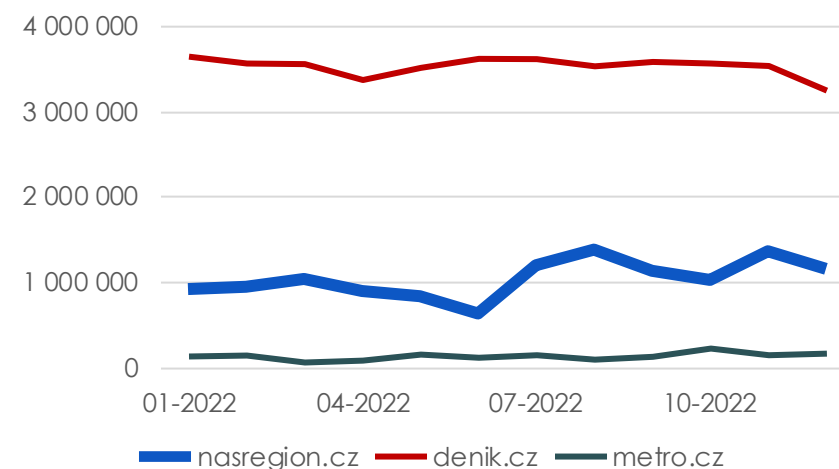


Návštěvnost webů Společnosti

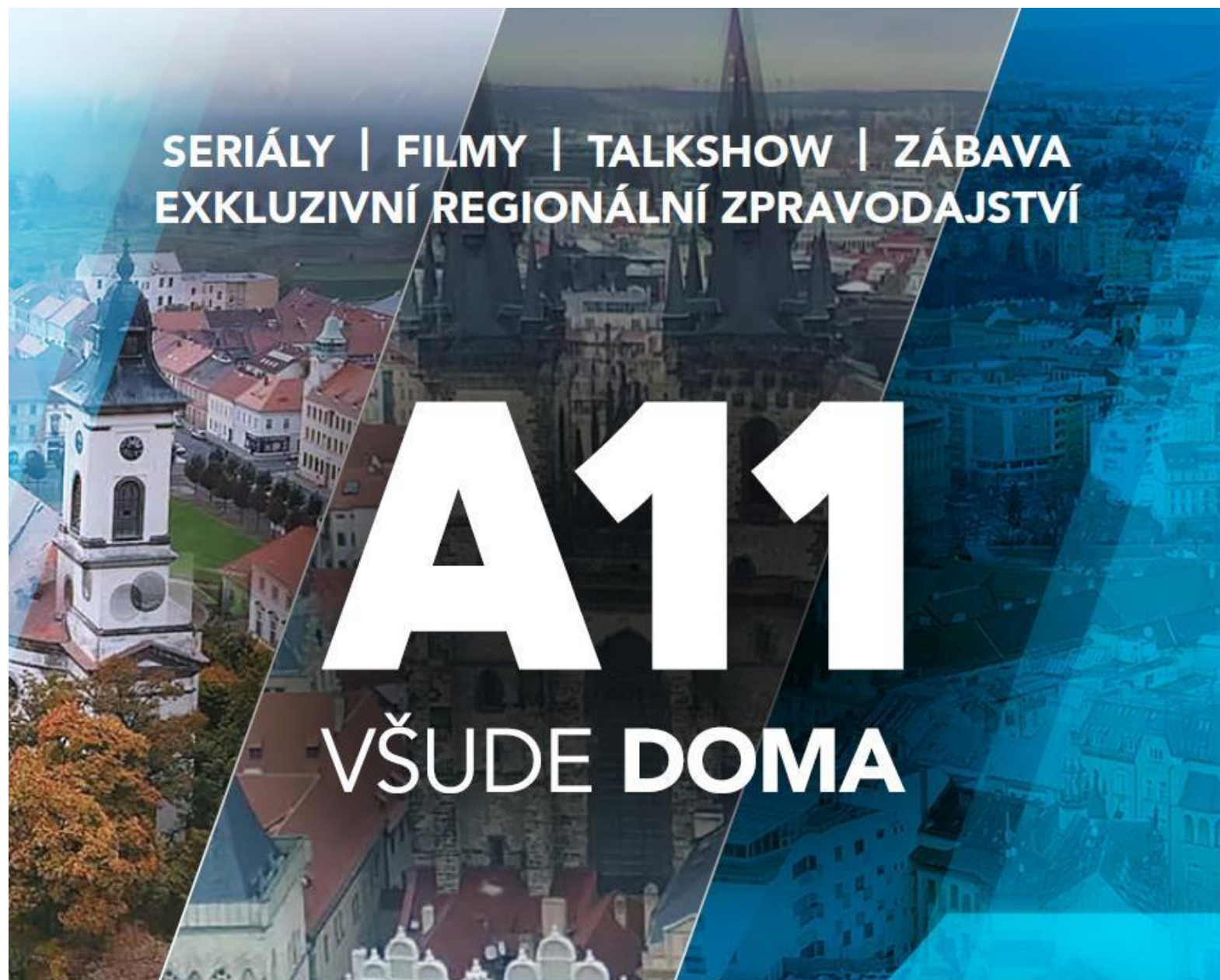
Období	2021	2022
Uživatelé	8 012 697	11 482 195
Noví uživatelé	7 594 380	11 316 448
Návštěvy	18 547 742	30 233 315
Počet relací na uživatele	2,31	2,63
Zobrazení stránek	27 382 983	44 341 144
Počet stránek na 1 relaci	1,48	1,47
Míra okamžitého opuštění	81,91%	77,37%

Zdroj: Google Analytics

Růst návštěvnosti webu v porovnání s konkurencí



Představení Společnosti
DIVIZE TV



ÚSPĚŠNÉ ROZŠÍŘENÍ PLATFORMY A 11 O TELEVIZNÍ KANÁL

Televize A11

ADVISORY
INVISORY
IN INVESTMENTS

V roce 2022 Společnost majetkově vstoupila do firmy Regionální televize CZ s.r.o., provozující regionální televizní program, a významně tak rozšířila svůj záběr v rámci mediálního trhu. Během jednoho roku se managementu A 11 podařilo dosáhnout několika stěžejních milníků, díky kterým se z nově přejmenované A 11 TV stala celoplošná televize s pokrytím 99,6% domácností ČR a její rozvoje je podpořen zcela novým televizním studiem s celkovým investičním nákladem 15 mil. Kč a intenzivní reklamní kampaní

1

AKVIZICE

- A 11 vstoupila do Regionální televize postupným odkupem 70 % obchodního podílu v roce 2022 a 2023
- Původní zakladatelka a výkonná ředitelka zůstává v pozici minoritního společníka a ponechává si exekutivní pozici v A 11 TV
- Vlastníci A 11 jsou v současné době jednatelem A 11 TV

2

CELOPLOŠNÉ POKRYTÍ

- Během 1 roku se novému majiteli podařilo zajistit **celoplošné pokrytí** zařazením do Multiplexu 23 Českých Radiokomunikací
- V této síti, která **pokrývá 99 procent obyvatel Česka**, vysílají také TV Seznam a TV Barrandov.
- Televize je šířena teresticky prostřednictvím DVB-T2 Multiplexu 23, prostřednictvím řady operátorů, například T-Mobile, Vodafone, na satelitu nebo prostřednictvím IPTV (Kuki, Sledování TV, Skylink, LepšíTV, Nordic, Poda, Nej.cz).

3

NOVÉ STUDIO

- Sídlo televize bylo přesunuto do nové budovy pražské Košířské brány
- Kolaudace prostor zcela nového televizního studia proběhla v březnu 2023
- Studio je vybaveno špičkovým technickým vybavením, respektující všechny požadavky na tvorbu televizního obsahu, výrobu propagačních a firemních videí, natáčení podcastů a živého vysílání
- V budově Košířské brány je integrován newsroom printových titulů mediální skupiny A 11, televizní redakce a nově vybudované studio

4

KONTINUÁLNÍ REKLAMNÍ KAMPAŇ

- Vysílání A 11 TV je podpořeno reklamní a PR kampaní s cílem přilákat ke sledování maximum diváků
- Kromě redakční a marketingové podpory všech vysílaných formátů v titulech mediální skupiny A 11 (noviny Náš REGION nebo společenský časopis Mladý svět) je kladen důraz na efektivní komunikaci na sociálních sítích a PR podpora pořadů, ve kterých se objevují populární hosté
- Kontinuální reklamní kampaň probíhá i v regionálních stanicích Českého rozhlasu, na rádiích Blaník, Fajn, Hitrádio, Hey, Color, na outdoorových plochách sítě BigMedia a ve významných zpravodajských a společenských webech

STRATEGIE ROZVOJE, CÍLOVÝ RŮST PODÍLU A PROFITABILITY

Televize A11

ADVISORY
INVISORY
IN INVESTMENTS

V rámci mediálního trhu jsou televizní kanály vysoce konkurenčním, ale přesto stále velmi ziskovým segmentem. Klíčovým milníkem pro rozvoj profitability je zařazení stanice do elektronického měření sledovanosti pomocí tzv. peoplemetrů

DÍLČÍ MILESTONE

- Dosavadní překážkou rychlejšího růstu A 11 TV byla skutečnost, že stanice není zařazena do měření sledovanosti. Na základě intenzivního úsilí managementu A 11 je stanice **v pokročilé fázi implementačního procesu peoplemetrů**. Dokončení implementace je očekáváno v průběhu 4Q 2024
- Zavedením peoplemetrů se otevírá cesta prodeje reklamního prostoru mediálním agenturám na základě kumulativní sledovanosti (tzv „GRP“)

PŘEDPOKLADY PLÁNU

- Management A 11 TV sestavil výhled hospodaření na roky 2024 až 2028 na základě predikce následujících klíčových parametrů

Tržní podíl

- Současný tržní podíl, který bude změřen po plnohodnotném zavedení peoplemetrů, je odborným odhadem určen na 0,25%
- Dosažitelný tržní podíl v horizontu 5-ti let je na základě porovnání s vybranou konkurencí (viz graf) odhadován na 1,7 – 2,0 %

Cena GRP

- Jednotková cena je na základě aktuálních informací z trhu na úrovni 5 000 Kč / GRP a její růst v nejbližších letech plánován v rozmezí 5-12% p.a. Jedná se o konzervativní odhad vzhledem ke zveřejněnému plánu navýšení cen na rok 2024 největších stanic (Prima, Nova) o 22 % resp. 18 %

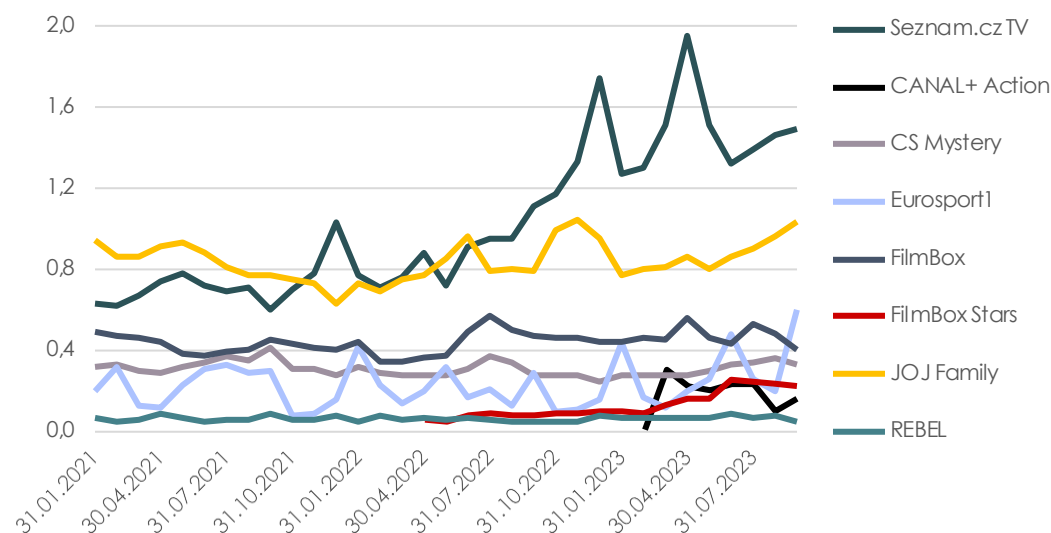
Náklady

- Náklady jsou tvořeny výrobou relací Studio, Live odpoledne, a dále Režijními náklady a stěžejní položkou Akvizice nZpravodajství, ového obsahu

Profitabilita

- Konzervativně sestavený forecast hospodaření předpokládám dosažení EBITDA na úrovni 30-40 mil Kč a ziskové marže > 20% v horizontu 4 až 5-ti let**

Vývoj tržního podílu vybraných TV kanálů



Finanční plán hospodaření TV A11

