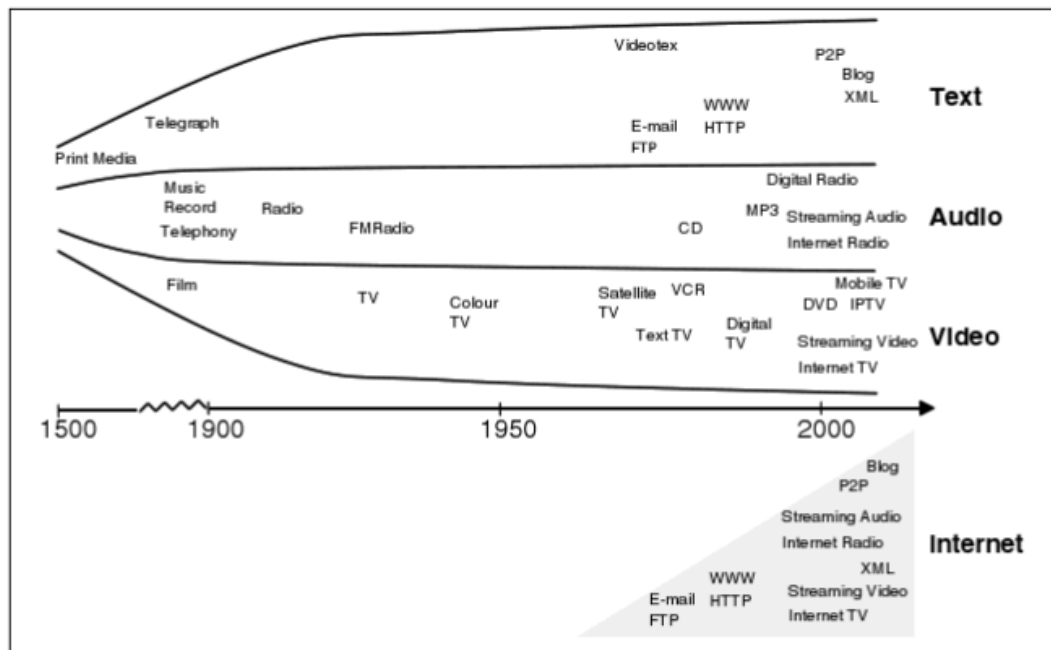
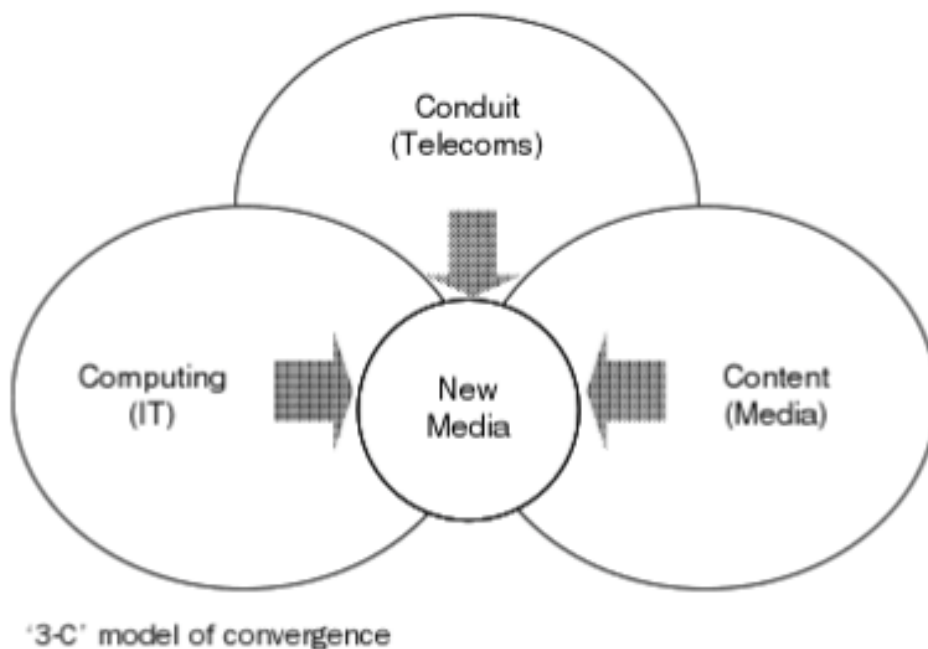


# Přílohy

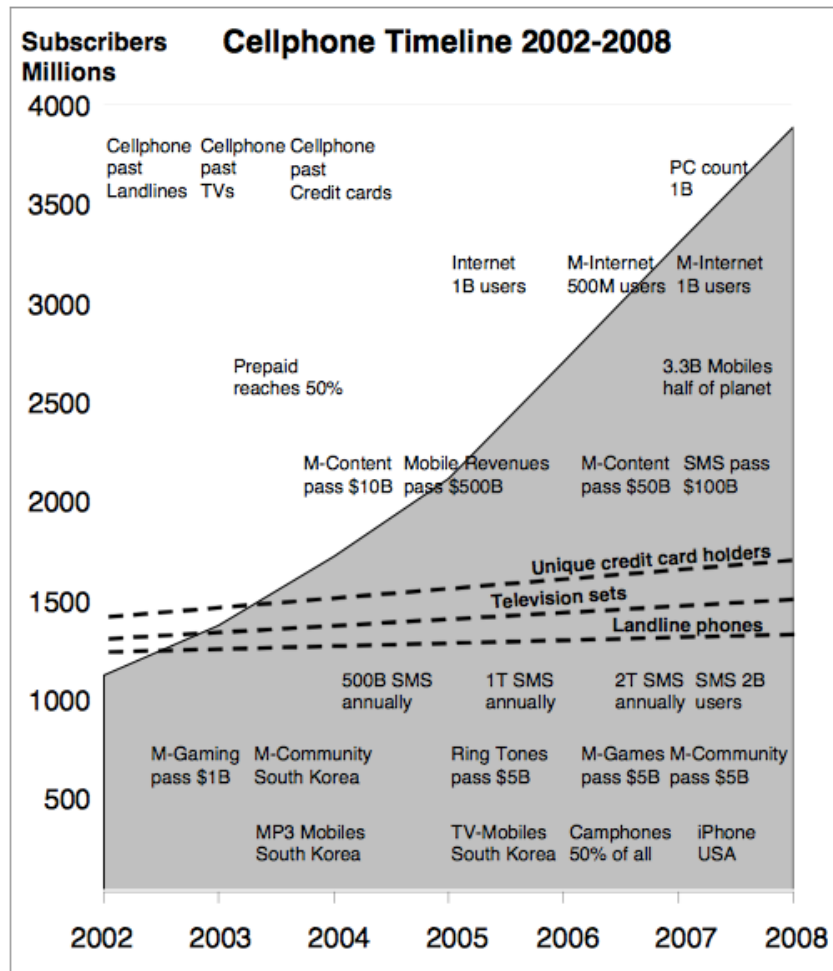
Příloha č.1: Chronologický vývoj masových médií (graf)



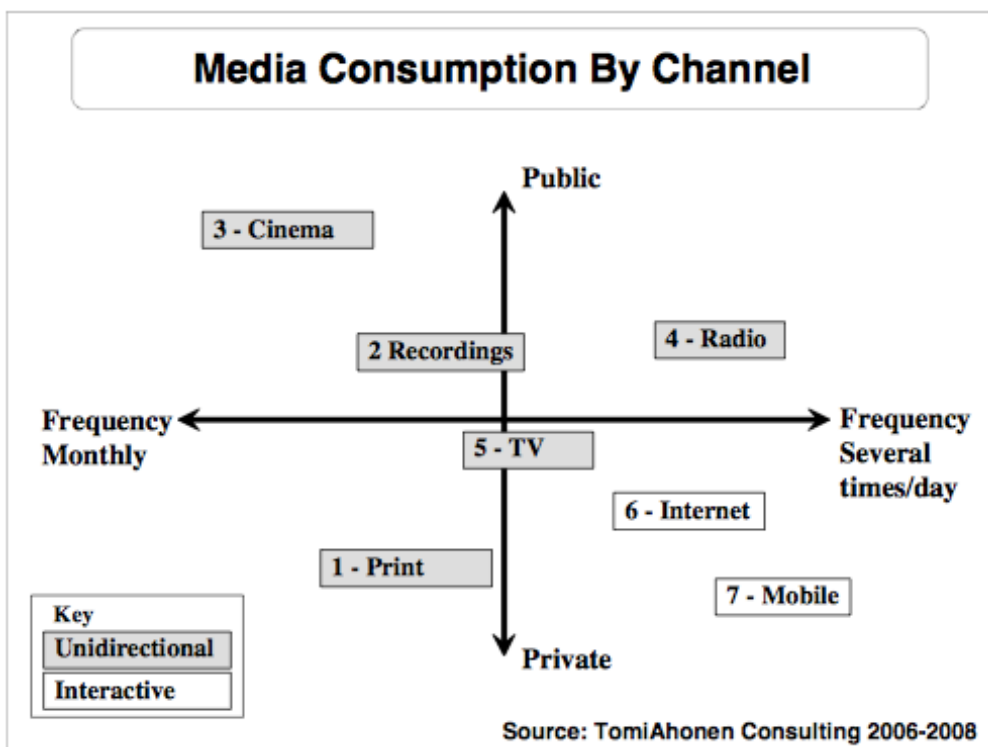
Příloha č.2: Konvergentní model (grafika)



Příloha č.3: Vývoj počtu uživatelů mobilních telefonů (graf)



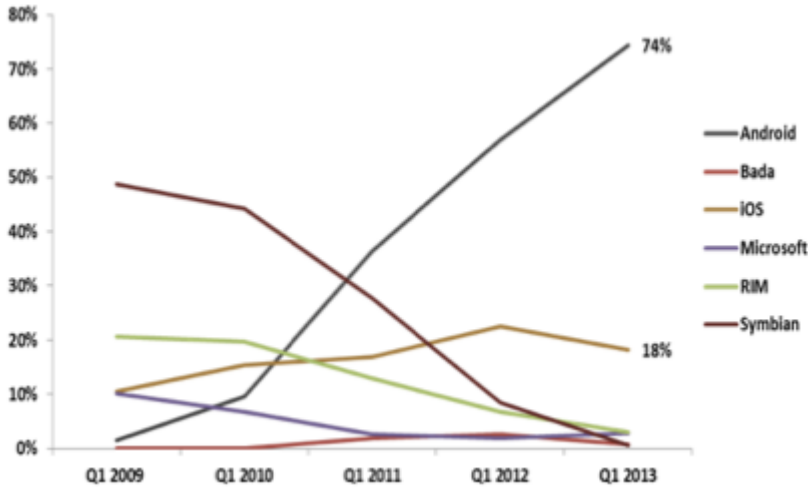
Příloha č.4: Spotřeba médií dle kanálu (grafika)



**Příloha č.5: Vývoj a prodej Apple iPhone  
(infografika)**



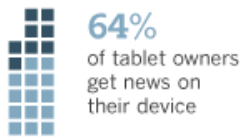
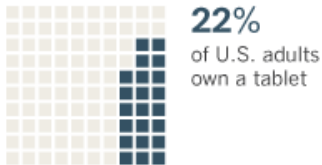
**Příloha č. 6: Tržní podíl hlavních značek operačních systémů pro mobily v prodejkách mezi prvním kvartálem roku 2009 a 2013 (graf)**



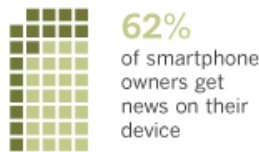
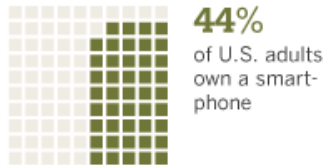
**Příloha č.7: Růst v mobilním prostředí dle jednotlivých zařízení v USA 2012 (graf)**

**The Growing Mobile Landscape**

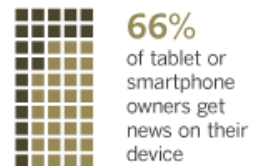
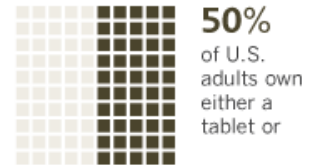
**Tablet**



**Smartphone**



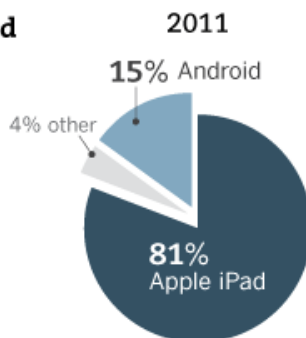
**Either tablet or smartphone**



N=9,513.

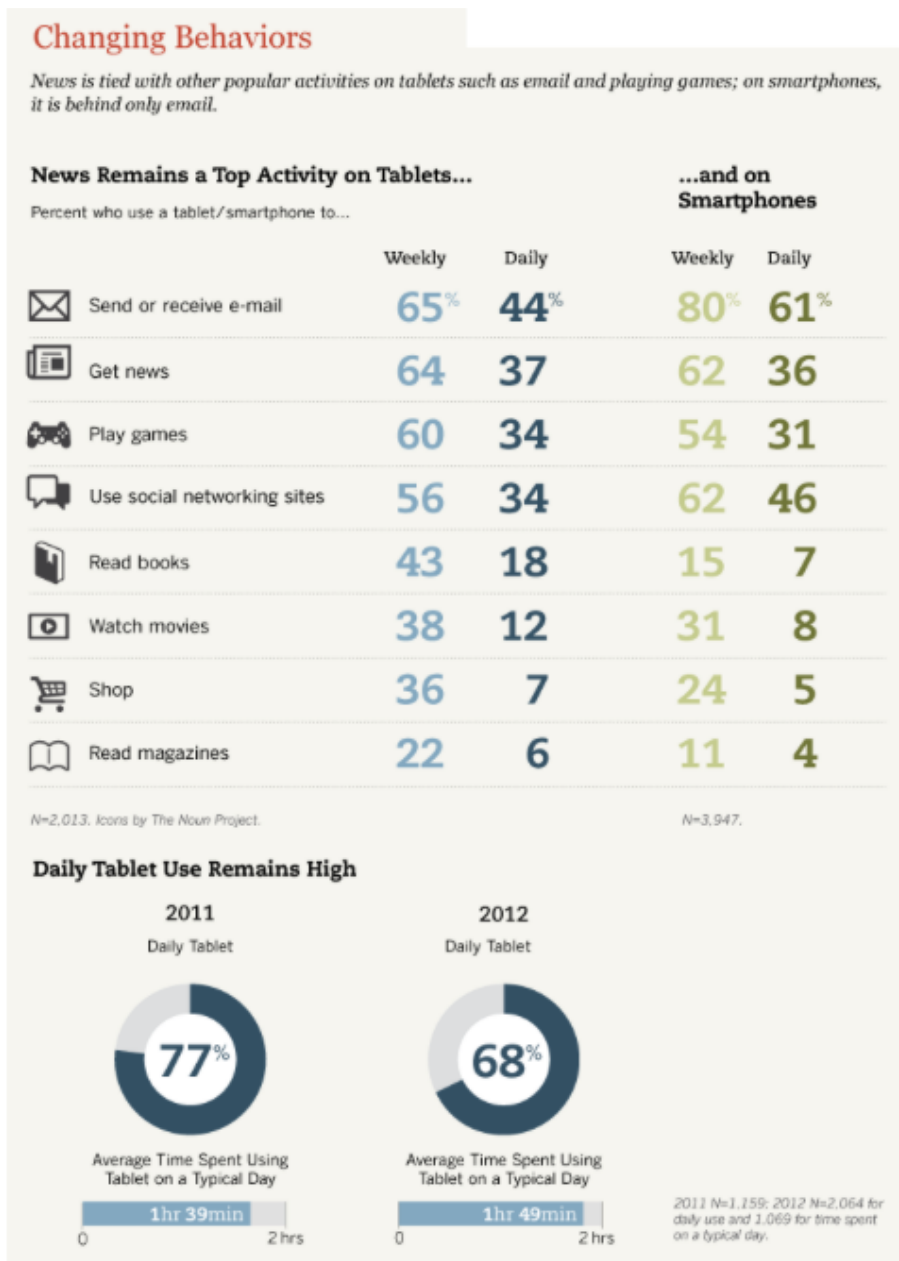
**Tablet Ownership By Brand**

Percent of tablet users who own...

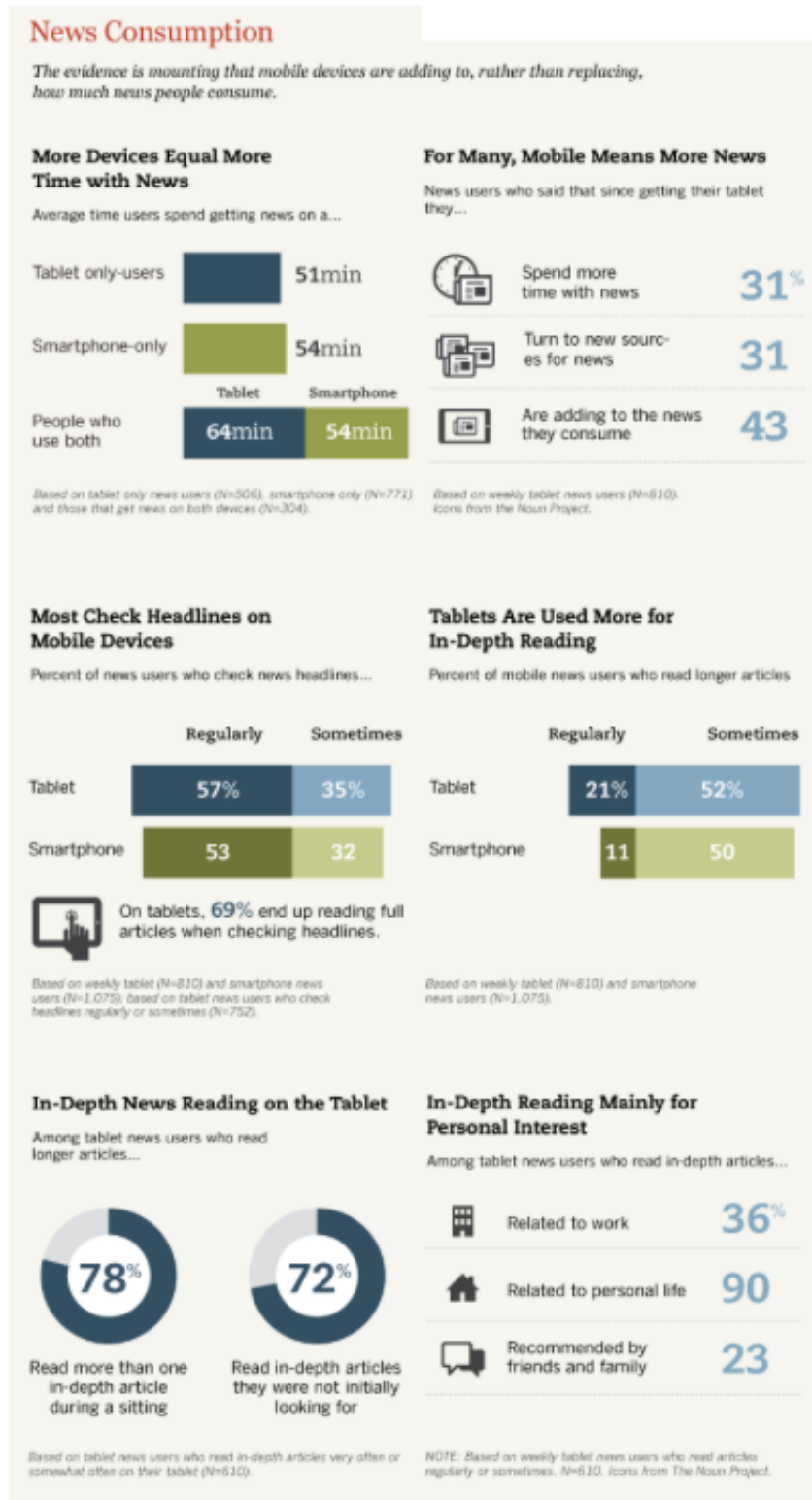


2011 N=1,196; 2012 N=1,069.

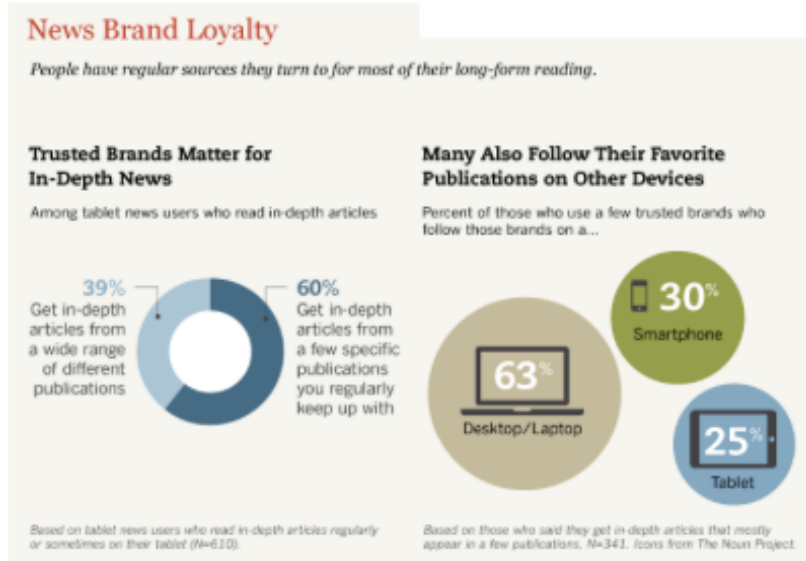
**Příloha č.8: Mění se způsoby chování na jednotlivých zařízeních v USA 2012 (infografika)**



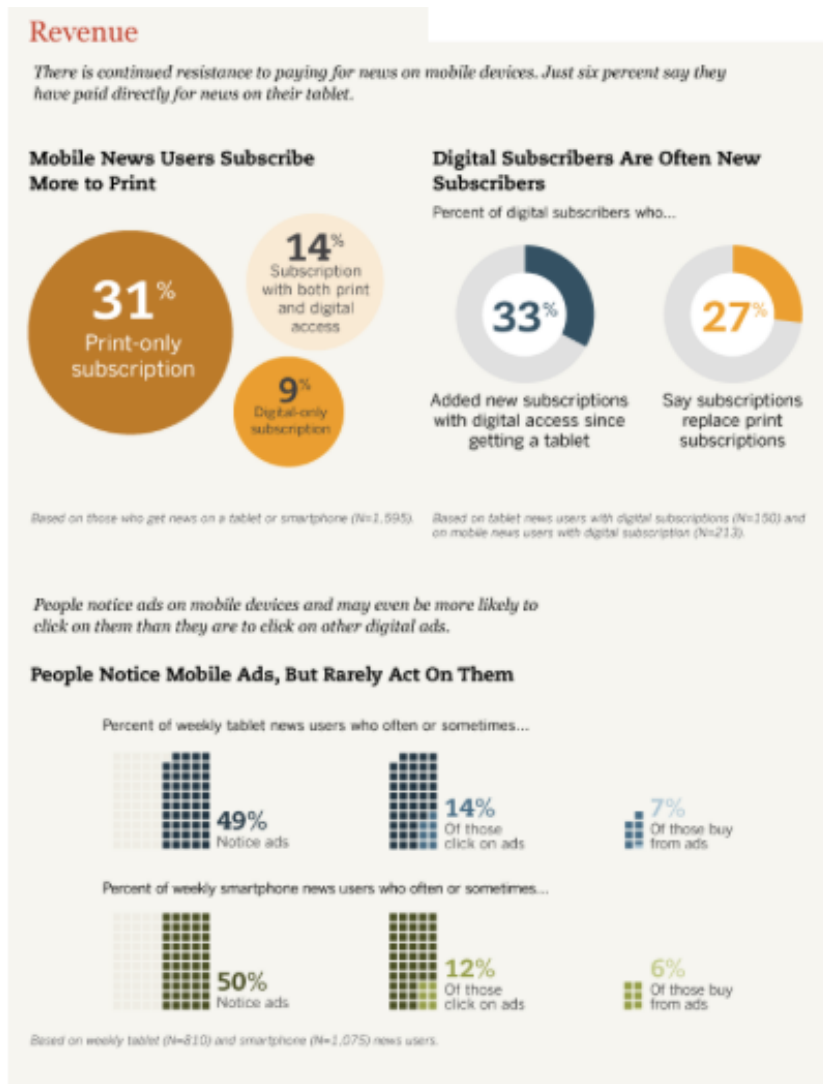
## Příloha č.9: Konzumace zpráv dle zařízení v USA 2012 (infografika)



**Příloha č.10: Loajalita k oblíbeným titulům v USA 2012 (infografika)**



**Příloha č.11: návratnost, předplatné, mobilní reklama v USA 2012 (infografika)**



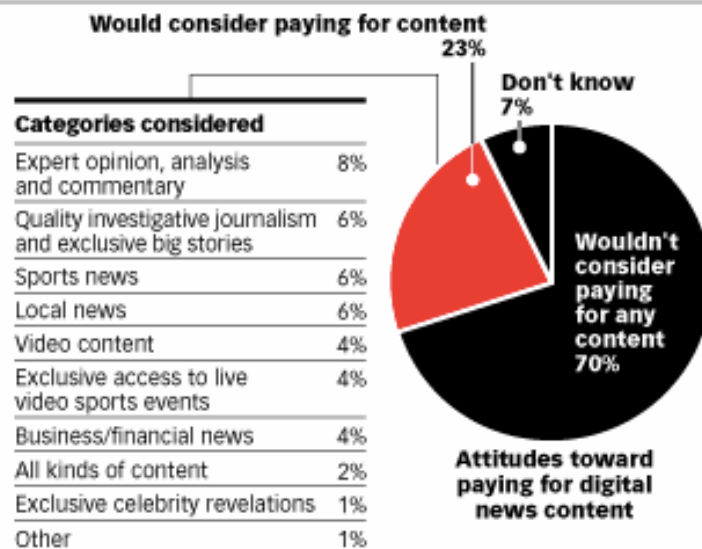
### Příloha č.12: Statistika nákupu obsahu dle zemí (tabulka)

	USA	Itálie	V.Británie	Německo
Hudba:	62%	44%	19%	9%
Knihy:	58%	26%	10%	7%
Film:	51%	23%	9%	6%
Časopisy:	41%	16%	6%	6%
TV:	41%	10%	8%	4%
Rádio:	27%	7%	6%	2%
Sport:	22%	19%	7%	4%
Zprávy:	19%	20%	19%	15%
Vzorek respondentů	1,695	245	593	591

### Příloha č.13: Ochota platit za digitální obsah dle kategorií ve Velké Británii (graf)

#### Attitudes Toward Paying for Digital News Content According to UK Internet Users, by Category, March 2014

% of respondents



Note: n=1,043

Source: London Press Club, "Are paid-for news content areas the right strategy for commercial success?" conducted by YouGov, March 18, 2014

171223

www.eMarketer.com



**Příloha č.14: Typ plateb za digitální zprávy uživatelů v Británii (tabulka)**

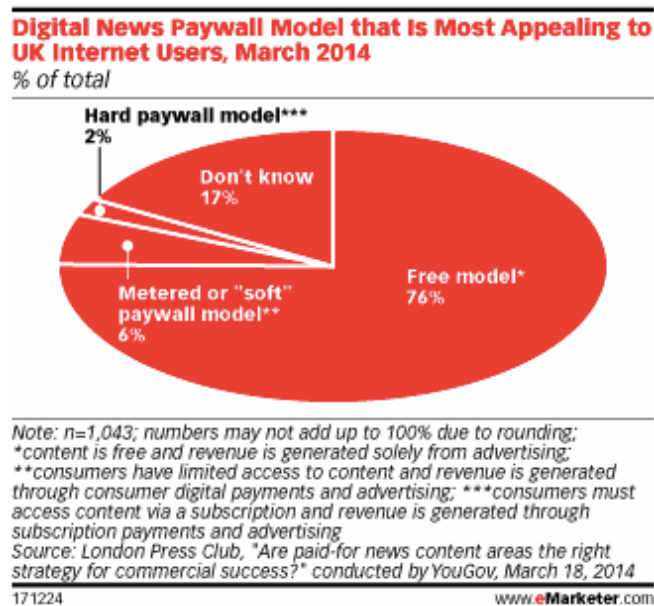
**Types of Payments UK Internet Users Have Made for Digital News, March 2014**  
*% of respondents*

Made a single one-off payment to access a news app or download an edition via an app, digital newsstand or PDF	3%
Made an ongoing monthly payment (subscription) for a digital news service	2%
Made an ongoing payment to a digital news service as part of a wider print subscription	2%
Made an ongoing payment for a digital news service as part of a wider cable, broadcast, mobile or other relationship	2%
Not personally paid to access digital news but someone else has paid for you to subscribe or access a digital news service (e.g., a company paid for subscription)	2%
Made a single one-off payment to access a news article or website (e.g., day-pass)	1%
Made an ongoing payment to a service that gives you access to multiple digital news services	1%
Have not paid for digital news, nor has someone else paid for you to subscribe or access a digital news service	82%
Other	1%
Don't know	6%

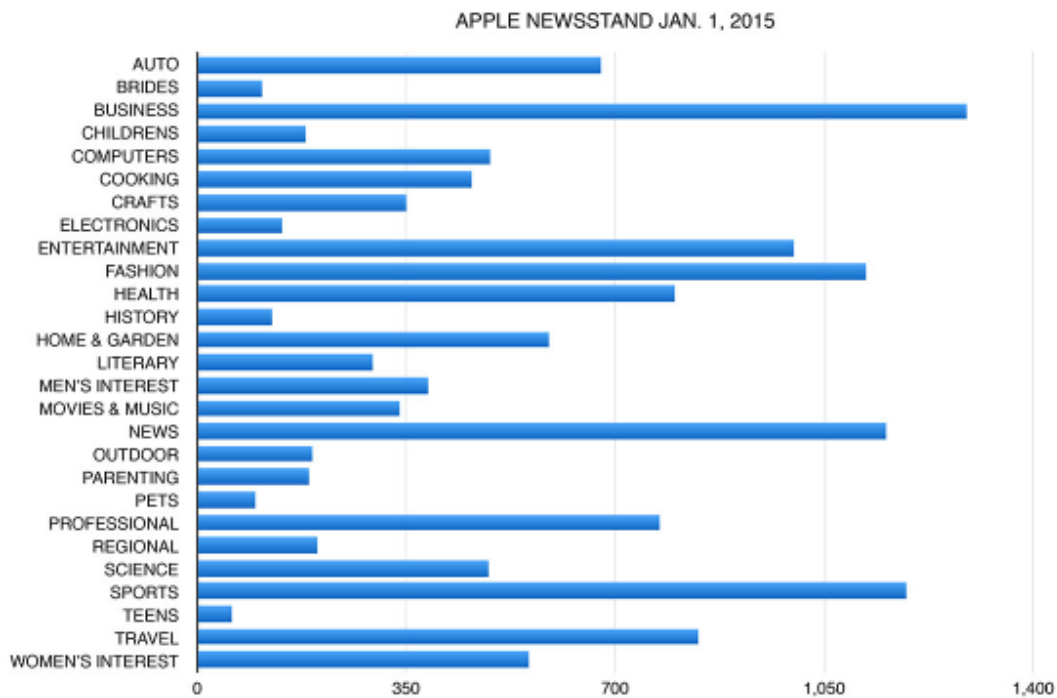
*Note: n=1,043; in the past 12 months; includes entertainment, international, national, regional/local news and other topical events accessed online via a website or an app on any electronic device*  
*Source: London Press Club, "Are paid-for news content areas the right strategy for commercial success?" conducted by YouGov, March 18, 2014*

171222 [www.eMarketer.com](http://www.eMarketer.com)

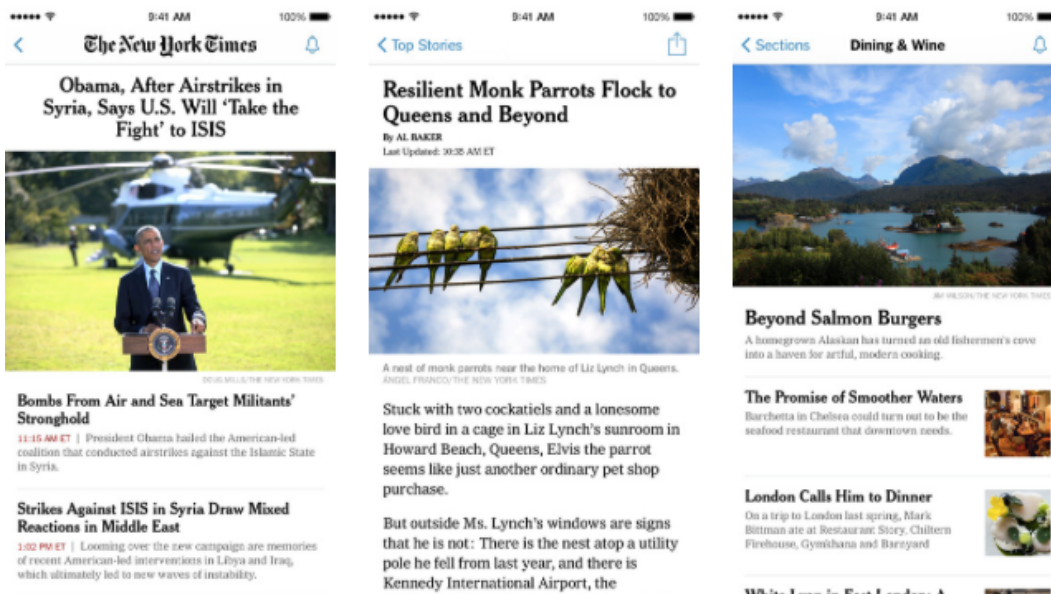
**Příloha č.15: Nejoblíbenější platební model za digitální zprávy v Británii, (graf)**



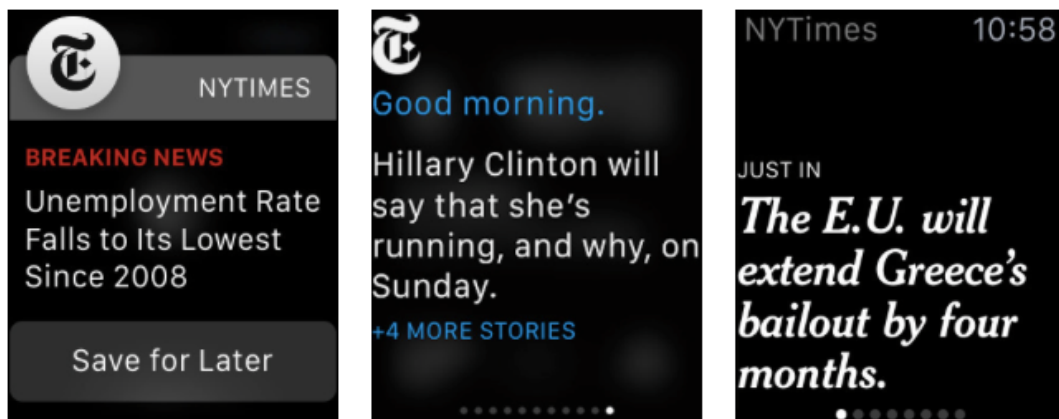
**Příloha č.16: Počet periodik dle žánru v Apple Newsstand leden 2015 (graf)**



**Příloha č.17: Aktuální layout mobilní verze The New York Times pro iPhone dostupný v Newsstandu (otisk obrazovky)**

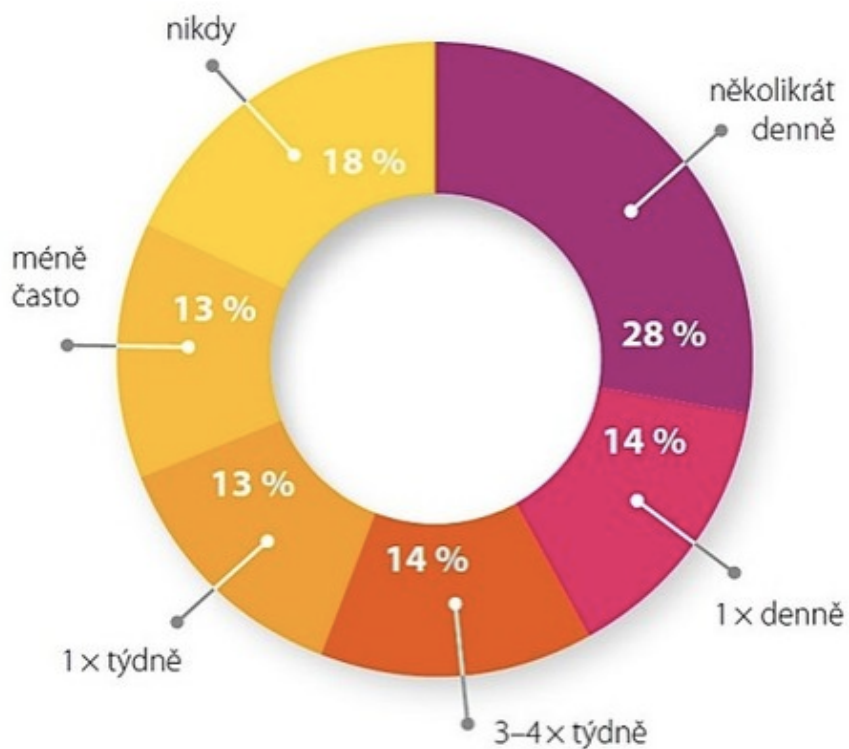


**Příloha č.18: Nejnovější layout mobilní verze The New York Times pro Apple Watch dostupný v Newstandu (otisk obrazovky)**

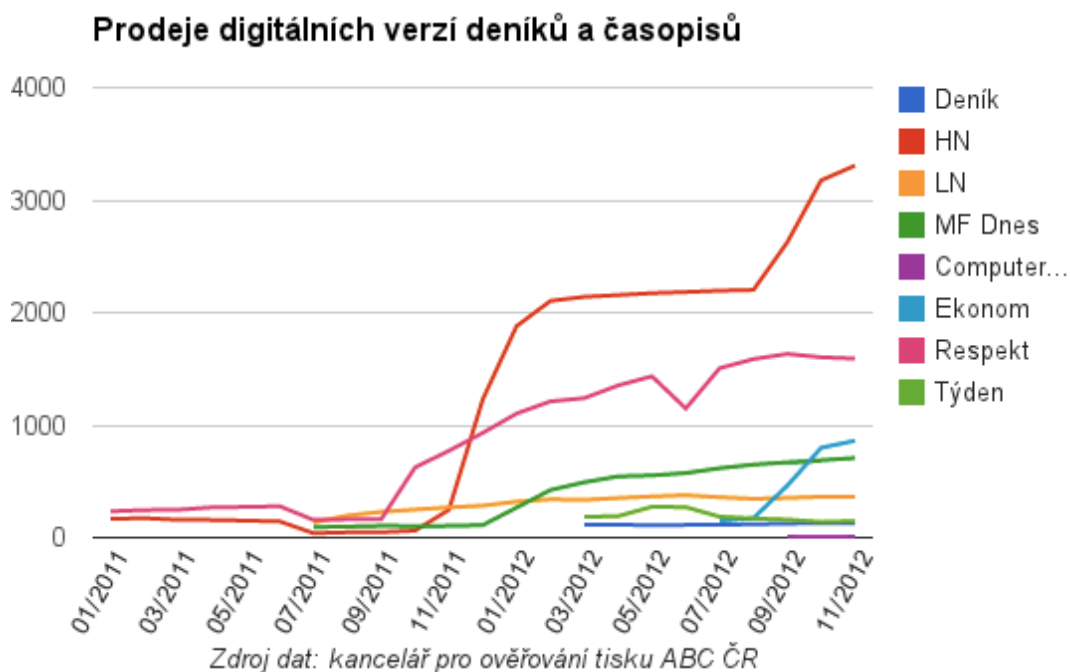


**Příloha č.19: Sledování zpráv v mobilu a na tabletu v ČR (graf)**

**Jak často sledují Češi zprávy v mobilu a na tabletu?**



Příloha č.20: Prodeje digitálních verzí deníků a časopisů v ČR 2011-2012 (graf)



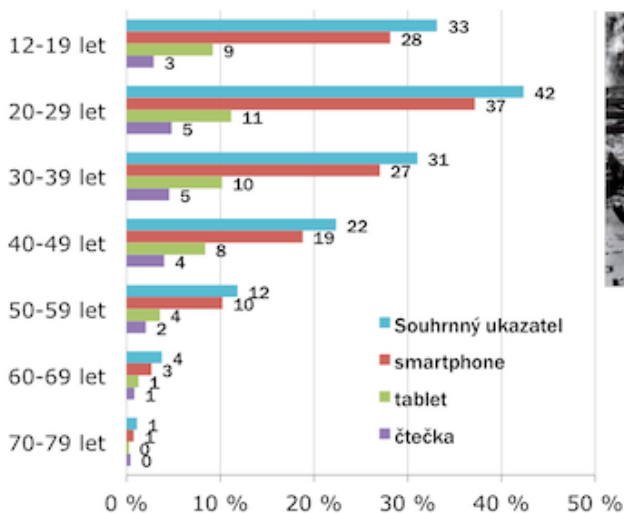
Příloha č.21: Prodeje digitálních verzí deníků a časopisů v ČR 2011-2012 (tabulka)

PRODEJE DIGITÁLNÍCH VERZÍ NOVIN A ČASOPISŮ													
titul	11/11	12/11	01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12	08/12	09/12	10/12	11/12
<b>Deník</b>					113	115	110	113	114	119	125	129	130
<b>HN</b>	247	1228	1880	2104	2140	2156	2173	2183	2195	2202	2626	3176	3307
<b>LN</b>	269	284	320	340	335	352	366	377	359	345	353	363	361
<b>MF Dnes</b>	104	111	267	423	492	544	553	574	617	649	669	688	708
<b>Computerworld</b>											7	5	7
<b>Ekonom</b>									148	174	462	799	861
<b>Respekt</b>	772	931	1103	1211	1240	1353	1434	1148	1506	1587	1633	1603	1592
<b>Týden</b>					185	191	274	271	186	170	160	139	147

Zdroj dat: ABC ČR

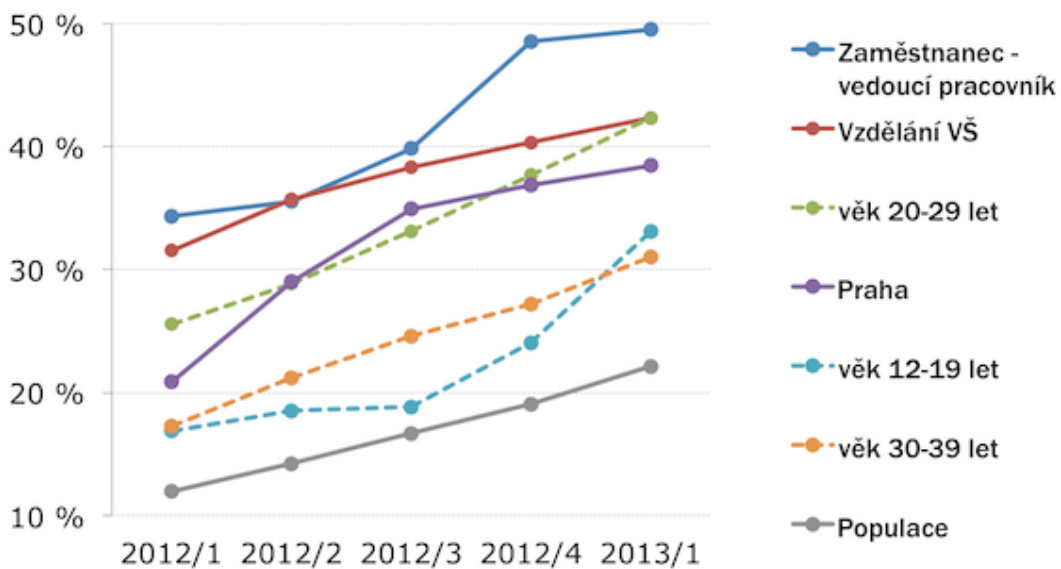
**Příloha č.22: Vybavenost čtecími zařízeními v ČR dle věku (graf)**

## Vybavenost čtecími zařízeními podle věku (%)



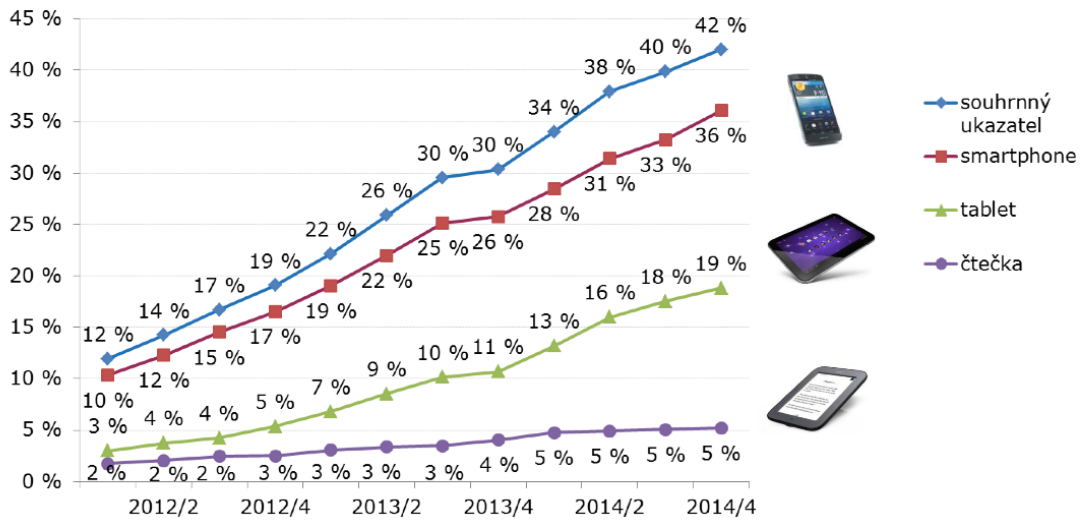
**Příloha č.23: Vývoj vybavenosti s nejvyšším růstem v ČR 2012-2013 (graf)**

## Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními sociodemografické skupiny s nejvyšším růstem



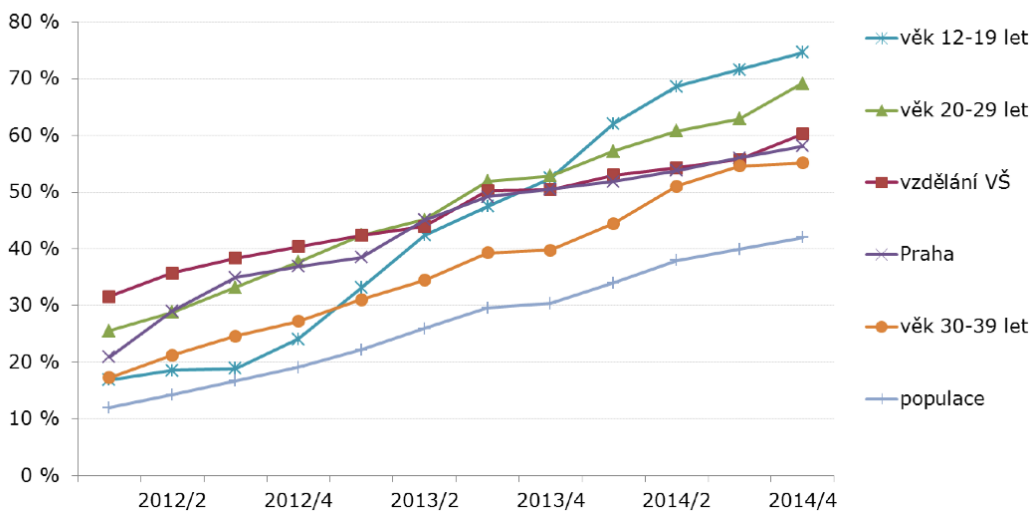
**Příloha č.24: Vývoj vybavenosti populace čtecími zařízeními v ČR 2012-2014 (graf)**

**Vývoj vybavenosti populace čtecími zařízeními**



**Příloha č.25: Vybavenost čtecími zařízeními v ČR skupiny s nejvyšším růstem 2012-2014 (graf)**

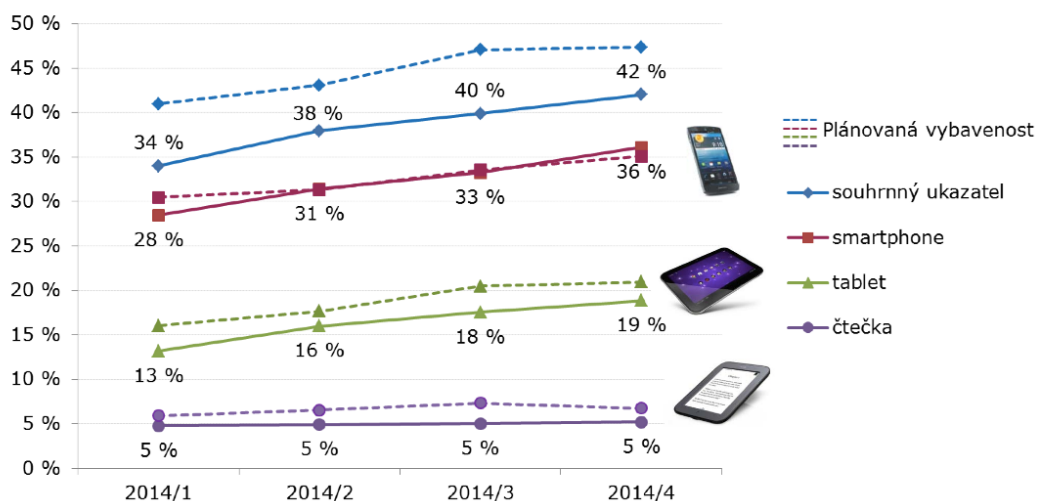
**Vývoj vybavenosti čtecími zařízeními sociodemografické skupiny s nejvyšším růstem**





**Příloha č.26: Porovnání plánované a skutečné vybavenosti čtecími zařízeními v ČR 2014 (graf)**

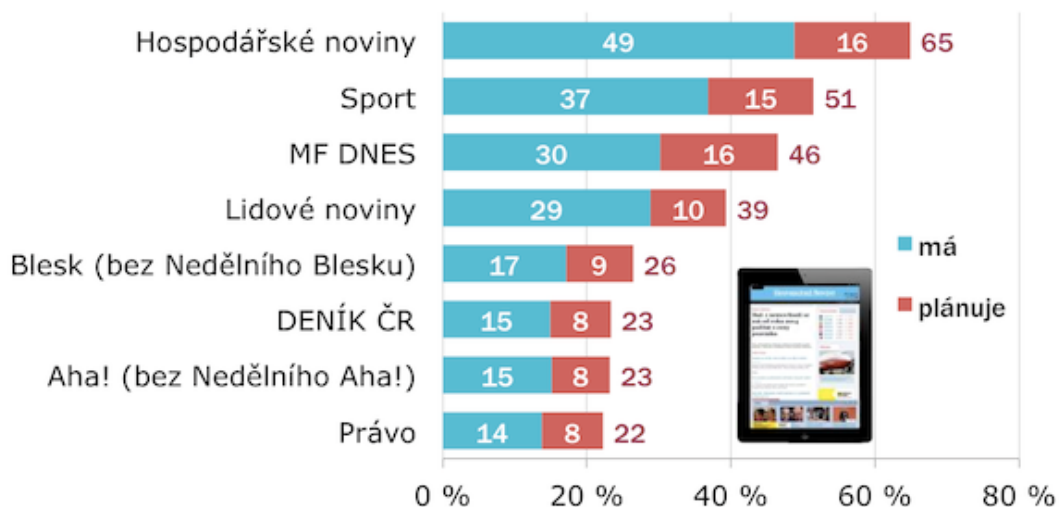
**Porovnání plánované a skutečné vybavenosti čtecími zařízeními**



**Příloha č.27: Vybavenost čtenářů deníků s výhledem do budoucna v ČR (graf)**

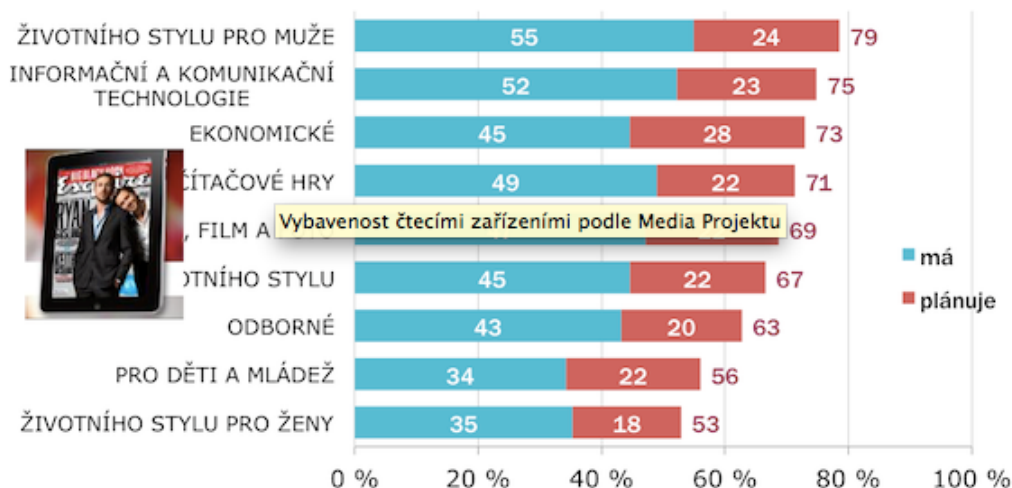
**Čtenáři deníků**

vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %



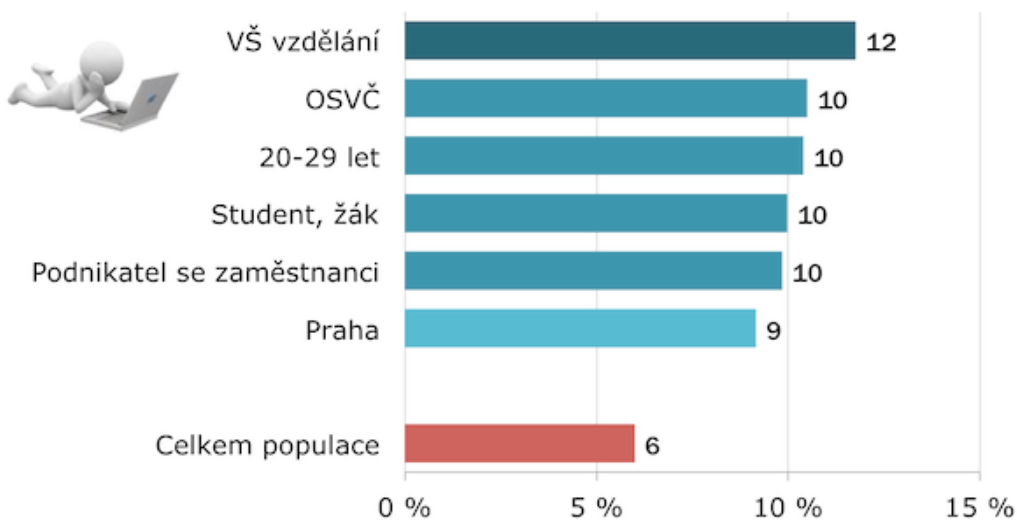
**Příloha č.28: Vybavenost čtenářů časopisů s výhledem do budoucna v ČR (graf)**

**Čtenáři žánrových skupin časopisů**  
 vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %



**Příloha č.29: Plánovaná četba elektronické verze novin a časopisů v ČR (graf)**

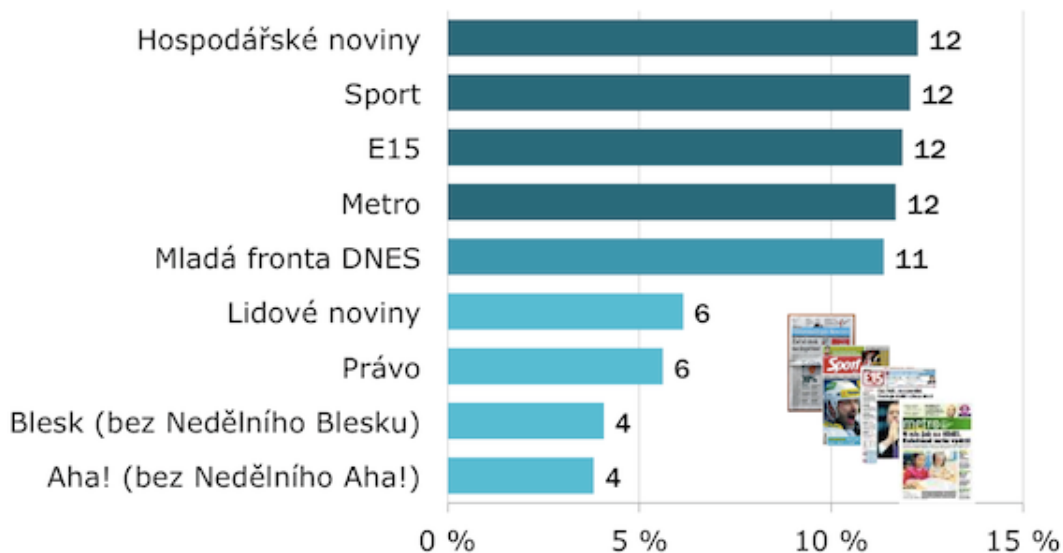
**Plánovaná četba elektronické verze novin a časopisů**  
 Skupiny s největším potenciálem





**Příloha č.30: Plánovaná četba elektronické verze - čtenáři deníků v ČR (graf)**

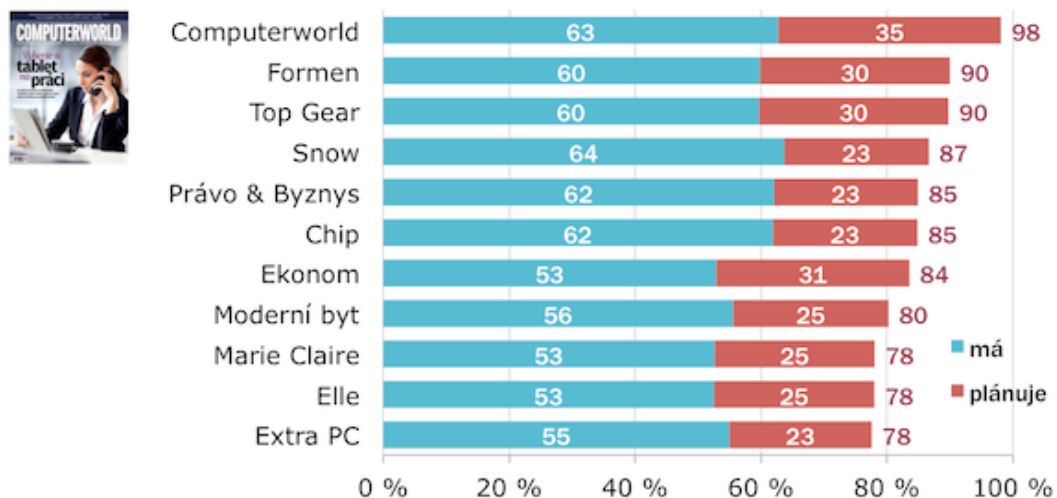
### Plánovaná četba elektronické verze novin a časopisů čtenáři deníků (poslední vydání)



**Příloha č.31: Plánovaná četba elektronické verze - čtenáři časopisů v ČR (graf)**

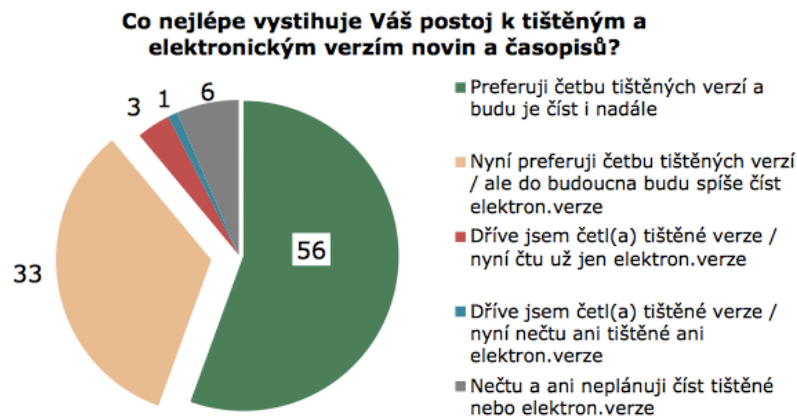
### Čtenáři časopisů

vybavenost a budoucí potenciál - čtecí zařízení - %



## Příloha č.32: Postoj k tištěným vs. elektronickým médiím 3.Q 2013 (graf)

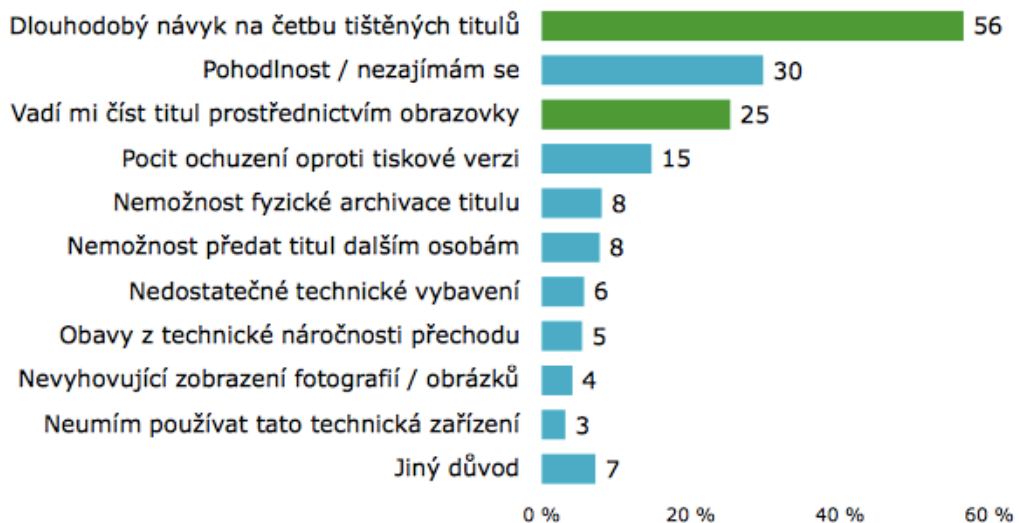
### Dlouhodobá orientace na printová média



## Příloha č.33: Překážky v přechodu na elektronické platformy 3.Q 2013 (graf)

### Zvyk, pohodlnost a „požitek“ z četby na papíře

#### Co brání přechodu na elektron. platformy tisku?

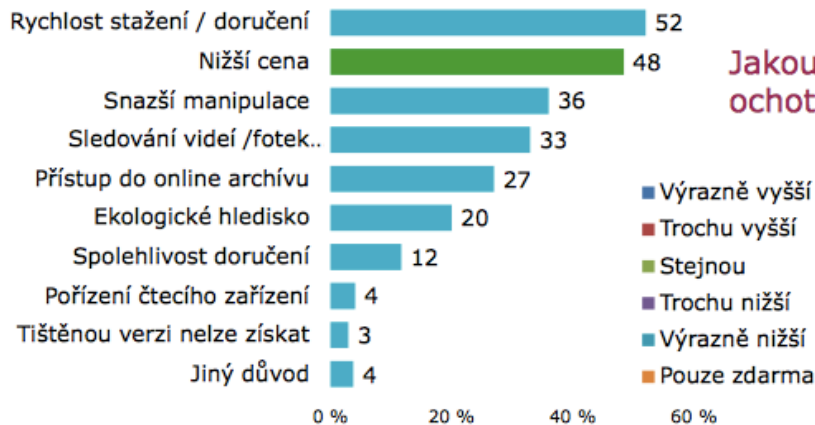


Odpovídají: pokud čte pouze tištěné verze n=2549

## Příloha č.34: Důvody zájmu o elektronickou verzi 3.Q 2013 (graf)

### Asociace elektronických verzí tisku s nízkou cenou...

#### Hlavní důvody Vašeho zájmu o elektronickou verzi



#### Jakou cenu je ochoten(a) zaplatit



Odpovídají: pokud čte i elektronické verze n=1184

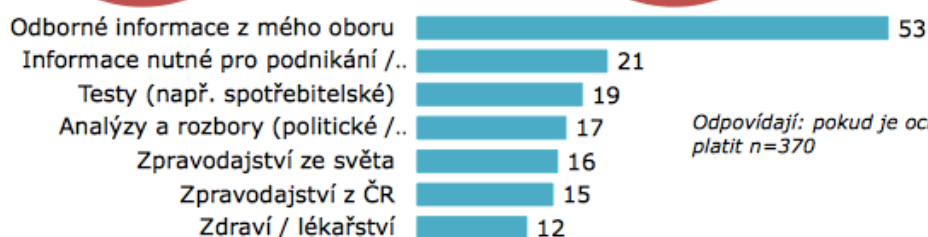
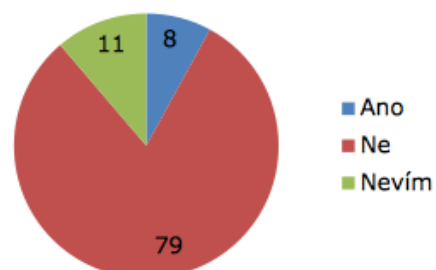
## Příloha č.35: Ochota platby za informace na internetu 3.Q 2013 (graf)

### Neochota platit za informace na internetu

#### Placení za informace na Internetu



#### Ochota platit za informace na Internetu v budoucnu



Odpovídají: pokud je ochoten platit n=370

# Příloha č.36: Aktuální verze variant předplatného deníku The Financial Times (otisk obrazovky)


**FINANCIAL TIMES**
Contact us +44 (0)20 7775 6248 | [help@ft.com](mailto:help@ft.com)

Already an FT subscriber? [Click here](#)

Where do you live?
United Kingdom

### Standard Digital

Access to FT.com on your desktop, mobile and tablet.




**£5.35** per week Select

- ✓ Access to FT articles and blogs including the searchable archive
- ✓ Mobile and tablet access via our award-winning apps
- ✓ Personalised email briefings by industry, columnist or sector
- ✓ Portfolio tools to help manage your investments
- ✓ FastFT - market-moving news and views, 24 hours a day

### Premium Digital

Unlimited access to all FT.com articles. Includes exclusive content and email briefings as well as the ePaper.




**£7.35** per week Select

- ✓ Unlimited access to all FT.com articles and blogs
- ✓ Mobile and tablet access via our award-winning apps
- ✓ ePaper - the digital replica of the printed newspaper
- ✓ FastFT - market-moving news and views, 24 hours a day
- ✓ Exclusive emails including Editors Choice, Best of Lex and NewsMine
- ✓ Premium daily commentary with exclusive access to Lex

### Print + Digital

FT Newspaper delivered daily plus unlimited access to all FT.com articles.




**£13.50** per week Select

- ✓ Free delivery to your home or office, Monday to Saturday
- ✓ FT Weekend - a stimulating blend of news and lifestyle features
- ✓ ePaper - the digital replica of the printed newspaper
- ✓ Plus all the benefits of a Premium Digital subscription - unlimited FT.com access, exclusive weekly emails, premium daily commentary from the Lex column and more

### Print

FT Newspaper delivered to your home or office daily.



**£11** per week Select

- ✓ Free delivery to your home or office, Monday to Saturday
- ✓ FT Weekend - a stimulating blend of news and lifestyle features
- ✓ ePaper - the digital replica of the printed newspaper

## Ways to enjoy FT content



### FT apps for mobile and tablet

The FT's full range of optimized mobile and tablet apps give you constant access to the FT's award-winning global news, multimedia, comment and analysis. Whether downloading the FT web app or the Windows 8 and Android app you can be sure to receive the best experience, no matter what your device.

Full article access through all our mobile and tablet apps is included in all FT digital subscriptions.



### FT.com for desktop

FT.com provides comprehensive coverage of global business, finance and politics from around the world with a wealth of articles on industries and sectors that matter to you.

Discover a wealth of interactive blogs, videos and exclusive tools and services that provide the comment and analysis you need to stay ahead.



### Newspaper

The FT is the definitive morning briefing on world affairs, business, finance and politics, distilling what you really need to know. Sharp, informed and independent, it brings you news and views you can trust.

Enjoy free daily delivery to your home or office before 7am, or receive pre-paid vouchers to exchange for the FT at retailers nationwide.



**Příloha č.37: Aktuální verze variant předplatného Hospodářských novin (otisk obrazovky)**

+420 800 11 00 22  
pondělí - pátek: 7.00 - 17.00  
Linka pro předplatitele

## HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

### VARIANTY PŘEDPLATNÉHO

	HN Digital 349,- měsíc	HN Print 399,- 525,- měsíc	HN Premium nejoblibnější 419,- 874,- měsíc
Doručení novin domů či do práce	✗	✓	✓
Tištěné magazíny	✗	✓	✓
Neomezené čtení na IHNED.cz	✓	✗	✓
Mobilní aplikace, multimediální obsah	✓	✗	✓
On-line archiv od roku 1995	✓	✗	✓
	HN Digital 349 Kč za měsíc	HN Print 399 Kč za měsíc	HN Premium 419 Kč za měsíc

Uvedené ceny jsou včetně DPH.

**PŘEDPLATIT**      **PŘEDPLATIT**      **PŘEDPLATIT**

**Příloha č.38: Příjmy Economia, a.s. z jednotlivých mediálních typů (graf)**

