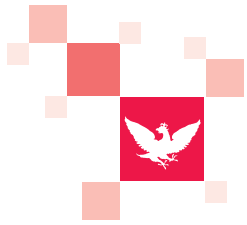




GEOLAND Consulting International Sp. z o.o.

od 1991 roku partner Presspubliki, wydawcy dziennika „Rzeczpospolita”
00-815 Warszawa, ul. Sienna 93 lok. 20, tel. 022 850-03-30, fax 022 850-03-40
e-mail: geoland@geoland.pl, www.geoland.pl



Rzeczpospolita

to jeden z liderów prasy codziennej w Polsce. To najczęściej cytowana gazeta w naszym kraju, bez której nie wyobrażają sobie pracy ani szefowie firm, ani politycy, ani zwykli czytelnicy.

Z „Rzeczpospolitej” jako pierwsi mogą się dowiedzieć, co nowego w polityce, w gospodarce, w kulturze czy w sporcie. To, co za kwadrans pokaże telewizja, najpierw znajdują u nas - w trzymającej przez całą dobę rękę na pulsie wersji internetowej „Rzeczpospolita On Line”. A jeszcze więcej i szerzej - następnego dnia w wersji papierowej, w której nigdy nie brakuje także dobrze podanych świeżych informacji. „Rzeczpospolita” to także jedyny w Polsce dziennik konserwatywno-liberalny.

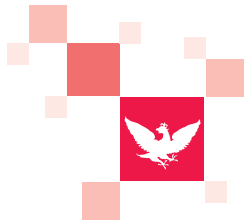
Najlepsza, najczęściej cytowana gazeta

Od września 2006 roku redakcją „Rzeczpospolitej” kieruje Paweł Lisicki, wieloletni dziennikarz i redaktor naszej gazety. Liniją nowej „Rzeczpospolitej” scharakteryzował słowami: „Jeśli chodzi o nasz stosunek do wolnego rynku i sfery gospodarczej, to z pewnością zachowamy charakter liberalny. Jeśli chodzi o kwestie obyczajowe i dotyczące tradycji, „Rzeczpospolita” będzie gazetą konserwatywną”. I tak się stało. Nowa „Rzeczpospolita” tak, jak czyniła to od 15 lat, broni wolnego rynku. Teraz stała się jednak czymś jeszcze - towarzyszem czytelnika w życiu codziennym. Bardziej niż przedtem potrafi intrygować, pobudzać do myślenia i bawić. Od października 2007

„Rzeczpospolita” czyni to w zmienionym, mniejszym, a więc zdecydowanie poręczniejszym dla wszystkich czytelników formacie.

„Rzeczpospolita” bierze aktywny udział w debacie publicznej na tematy polityczne, obyczajowe, społeczne i kulturalne. I zawsze stara się, by nie odbywało się to ze szkoda dla kogośkolwiek z nurtów współczesnej myśli polskiej. Dlatego na łamach „Rzeczpospolitej” można znaleźć teksty publicystyczne komentatorów o najróżniejszych sympatiach politycznych. Nie ma bowiem uczciwej dyskusji o współczesnej Polsce, w której pomijano by kogoś ze względu na uprzedzenia do prezentowanych przez niego poglądów.

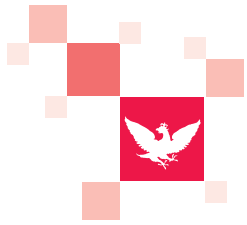
Dzisiejsza „Rzeczpospolita” jest jedyną w Polsce gazetą jednocześnie informacyjną i specjalistyczną. Funkcję pierwszej spełnia obszerny główny grzbiet, z bardzo rozbudowanym działem krajowym oraz największym w Polsce działem opinii i publicystyki. Funkcję specjalistyczną pełnią od lat zielone i żółte strony „Rzeczpospolitej”, poświęcone tematyce gospodarczej i prawnej. Zapewniają nam one od lat najwyższe oceny ze strony wymagającego czytelnika fachowego: przedsiębiorców, prawników, inwestorów. I choć konkurencja w tym sektorze prasowym jest z roku na rok coraz większa, zaufanie do „Rzeczpospolitej” jest niezmiennie bardzo wysokie. „Rzeczpospolita” jest od dawna piśmem pierwszego wyboru dla kadry menedżerskiej i kierowniczej. Od początku 2007 roku sprzedaż naszej gazety dynamicznie rośnie, co dowodzi coraz większej akceptacji także ze strony zwykłego czytelnika.



Z PRL do wolnej Polski

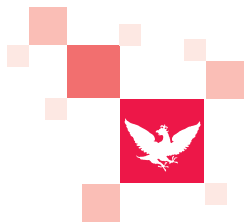
Zanim to wszystko się wydarzyło, w czasach PRL „Rzeczpospolita” była dziennikiem rządowym. Dla żadnego pisma pragnącego rzetelnie i niezależnie opisywać rzeczywistość nie jest to powód do chwały. Kiedy nadszedł przełomowy w historii Polski rok 1989, zmiany nie ominęły także „Rzeczpospolitej”. Pierwszym naczelnym „Rzeczpospolitej” w wolnej Polsce został 16 października 1989 r. Dariusz Fikus. Wtedy „Rzeczpospolita” przestała służyć władzy, a zaczęła czytelnikom. Nie tylko dbała o przestrzeganie standardów dziennikarstwa w demokratycznej Polsce, ale także sekundowała rozwojowi wolnego rynku w naszym kraju, opisując go nie z podejrzliwością, jak niektóre tytuły, ale ze zrozumieniem - nie oskarżając, lecz analizując. Już w lutym 1991 r. „Rzeczpospolita” stała się jedną z pierwszych na polskim rynku spółek z udziałem zagranicznego partnera. Tak powstała Presspublica, której właścicielami były Państwowe Przedsiębiorstwo Wydawnicze Rzeczpospolita i francuska grupa prasowa Roberta Hersanta - Presse Participations Europeennes.

Po śmierci Dariusza Fikusa w 1996 roku nowym redaktorem naczelnym został Piotr Aleksandrowicz, cztery lata później zastąpiony przez Macieja Łukasiewicza. W tym samym czasie 51 proc. udziałów w firmie wydającej „Rzeczpospolita” przejęła Presspublica Holding Norway - spółka Orkli Media. Na czele nowej firmy stanął Jan Lindh, a trzy lata później schedę po nim przejął Grzegorz Gauden. Kiedy w związku z ciężką chorobą Maciej Łukasiewicz musiał zrezygnować ze stanowiska redaktora naczelnego, zastąpił go właśnie Grzegorz Gauden, który kierował gazetą od 2004 do września 2006 roku, wówczas 51% udziałów w firmie Presspublica należących do Orkla Media przeszło w posiadanie brytyjskiego funduszu Mecom. Prezesem spółki został Truls Velgaard.



Historia

- Luty 1991 r. - powstanie spółki Presspublica; tworzą ją Państwowe Przedsiębiorstwo Wydawnicze Rzeczpospolita kierowane przez Macieja Cęglowskiego i grupa prasowa Roberta Hersanta Presse Participations Europeennes. Funkcję prezesa pełni Dariusz Fikus. W tym okresie zostają radykalnie zmodernizowane techniczne warunki pracy redakcji i wybudowana samodzielna drukarnia offsetowa.
- VII 1996 r. - objęcie przez Presspublica Holding Norway 51% udziałów w spółce.
- VIII 1996 r. - prezesem spółki zostaje Jan Lindh.
- I 1999 r. - stanowisko prezesa spółki obejmuje Grzegorz Gauden.
- V 1999 r. - „Rzeczpospolita” uruchamia nową drukarnię w Koninku k. Poznania oraz modernizuje drukarnię w Raszynie. Umożliwia to wprowadzenie nowego formatu i szaty graficznej oraz późniejsze „zamykanie” poszczególnych wydań dziennika. Zastosowano kolor, wprowadzono nowy - przejrzysty i przystępny - układ dziennika, nowe grzbiety i dodatki tematyczne, powiększono objętość części informacyjnej.
- IX 2005 r. - Presspublica podpisuje umowę przejęcia 99,45 proc. akcji spółki Parkiet Media, należących do TP Internet, stając się w ten sposób wydawcą „Gazety Giełdy Parkiet”.
- IX 2006 r. - 51% udziałów w firmie Presspublica należących do Orkla Media przechodzi w posiadanie brytyjskiego funduszu Mecom. Prezesem spółki zostaje Truls Velgaard.
- VI 2007 r. - Presspublica nabywa prawa do tytułu dziennika „Życie Warszawy”.
- 15 X 2007 r. - Zmiana formatu „Rzeczpospolitej” (broadsheet na kompakt).



Dodatki „Rzeczpospolitej”

PRZEZ CAŁY TYDZIEŃ W „RZECZPOSPOLITEJ”.

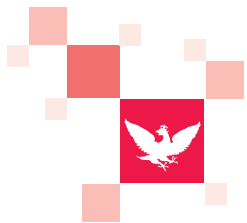
- **Część biała ogólnopolska**
Tzw. białe strony. Bieżące wiadomości polityczne i społeczne z kraju i z zagranicy. Felietony, opinie, publicystyka, reportaże, wywiady, komentarze redakcyjne.
- **„Ekonomia i Rynek”**
Tzw. zielone strony. Codzienny przegląd wydarzeń na rynkach finansowych w Polsce i na świecie. Analizy, prognozy, raporty.
- **„Prawo co dnia”**
Tzw. żółte strony. Codzienna informacja na temat nowych regulacji prawnych, komentarze specjalistów, informacje z wokandy, stałe rubryki, porady prawne.
- **„ŻYCIE WARSZAWY”**
Najpełniejsze i najważniejsze wydarzenia stolicy. Wyczerpujące informacje kulturalne i sportowe.

DODATKOWO W PONIEDZIAŁEK

- **„Nieruchomości” - budownictwo, inwestycje, finansowanie**
Kiedy warto inwestować w nieruchomości, gdzie najkorzystniej zaciągnąć kredyt na dom i mieszkanie, jak zawierać umowy na rynku pierwotnym i wtórnym, koszyk cenowy z materiałami budowlanymi oraz informacje z rynku nieruchomości i porady dla inwestorów.
- **„Dobra Firma - Podatki i rachunkowość”**
W każdym numerze radzimy, jak: rozliczać PIT, CIT, VAT i akcyzę, poprawnie prowadzić księgi podatkowe i rachunkowe, poprawnie rozliczyć transakcje z zagranicą, rozliczać przychody i koszty działalności gospodarczej, poprawnie amortyzować majątek firmy, bronić się w trakcie kontroli podatkowej, korzystać z ulg podatkowych dla przedsiębiorców.

DODATKOWO WE WTOREK

- **„Dobra Firma - Prawo gospodarcze”**
Pomagamy rozwiązywać problemy związane z: zakładaniem i prowadzeniem indywidualnych firm i spółek, zawieraniem umów handlowych, startem w przetargach publicznych, egzekwowaniem wierzytelności od kontrahentów, uzyskiwaniem i rozliczaniem się z dotacji unijnych, przepisami o ochronie środowiska, funkcjonowaniem firmy w Internecie oraz za granicami Polski.



Dodatki „Rzeczpospolitej”

DODATKOWO W ŚRODĘ

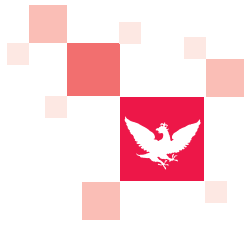
- „Dobra Firma - Prawo pracy i świadczenia”
W każdym numerze radzimy, jak: zatrudnić i zwolnić pracownika, udzielać urlopów, rozliczać czas pracy, płacić pracownikowi za pracę i nadgodziny, prowadzić dokumentację w firmie (regulamin pracy, wynagradzania, informację o zatrudnieniu, kartę ewidencji czasu pracy).

DODATKOWO W CZWARTEK

- „Moje Pieniądze”
Praktyczny informator dla osób korzystających z usług banków i instytucji finansowych. Analizy ofert, rankingi, porady dla inwestorów: jak pomnożyć pieniądze, jak zabezpieczyć finansowo swoją przyszłość.
- „Dobra Firma - podatki i rachunkowość”
W każdym numerze radzimy, jak: rozliczać PIT, CIT, VAT i akcyzę, poprawnie prowadzić księgi podatkowe i rachunkowe, poprawnie rozliczyć transakcje z zagranicą, rozliczać przychody i koszty działalności gospodarczej, poprawnie amortyzować majątek firmy, bronić się w trakcie kontroli podatkowej, korzystać z ulg podatkowych dla przedsiębiorców.

DODATKOWO W PIĄTEK

- „Tele Rzeczpospolita”
Programy stacji telewizyjnych i radiowych, recenzje, reportaże z planu, wywiady z twórcami.
- „WiR Warszawski Informator Rzeczpospolitej”
Propozycje atrakcyjnego spędzenia czasu wolnego dla warszawiaków. Repertuary, wydarzenia artystyczne, rekomendacje, zakupy, rodzinne weekendy.
- „Moje Podróże”
Dodatek dla miłośników turystyki. Opisy ciekawych miejsc w kraju i za granicą. Informacje praktyczne, konkursy, rankingi, m.in. biur podróży.
- „Dobra Firma - Prawo pracy i świadczenia”
W każdym numerze radzimy, jak: zatrudnić i zwolnić pracownika, udzielać urlopów, rozliczać czas pracy, płacić pracownikowi za pracę i nadgodziny, prowadzić dokumentację w firmie (regulamin pracy, wynagradzania, informację o zatrudnieniu, kartę ewidencji czasu pracy).



Dodatki „Rzeczpospolitej”

DODATKOWO W SOBOTĘ

- „Plus Minus”
Co sobotę w grzbiecie głównym opiniotwórcze strony „Rzeczpospolitej”. Nieskończenie wiele spojrzeń na Polskę i świat. Historie. Idee. Postawy. Wybitni publicyści dzielą się swoimi refleksjami i opiniami.
- „The New York Times”
Cotygodniowy dodatek przygotowywany przez redakcję „The New York Times”. W dodatku czytelnik znajdzie artykuły dotyczące gospodarki, technologii, zdrowia, kultury i rozrywki oraz liczne komentarze i analizy.
- „Rzecz o książkach”
Przegląd nowości wydawniczych. Omówienia, recenzje, wywiady, lista bestsellerów. Ukazuje się w pierwszą sobotę miesiąca.

POZOSTAŁE, NAJWAŻNIEJSZE DODATKI „RZECZPOSPOLITEJ” (MIESIĘCZNIKI, KWARTALNIKI, ROCZNIKI)

- „LTS”
Omawia nowości w branży Logistyka Transport Spedycja. Raz do roku publikuje Rankingi 100 Najlepszych Firm. Na stronach dodatku poza rankingiem znajdują się stałe działy: aktualności, samochody ciężarowe, spedycja.

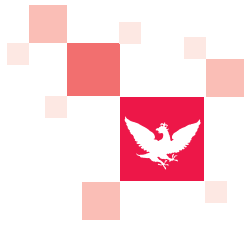
- „Lista 500 Największych Firm Rzeczpospolitej”
Kwietniowy dodatek zawiera zestawienie największych polskich przedsiębiorstw pod względem osiąganego wyniku finansowego, rentowności, zatrudnienia, wynagrodzeń i inwestycji. Ranking przeprowadzany jest już od 10 lat.
- „Ranking Samorządów”
Dodatek ukazujący się w lipcu prezentuje najlepiej funkcjonujące gminy w Polsce.
- „Lista 2000 Polskie Przedsiębiorstwa”
Ukazuje się w październiku. Pozwala przyjrzeć się nie tylko potentatom, ale również średnim oraz mocniejszym niszowym podmiotom gospodarczym, których wskaźniki wzrostu sprzedaży, rentowności i inwestycji mają tendencję wzrostową.
- „Polskie Marki”
Ranking najcenniejszych polskich marek ukazuje się w grudniu. Dodatek jest rzetelnym zestawieniem komercyjnych marek krajowych według reprezentowanej przez nie wartości pieniężnej.

O listę pozostałych dodatków zapytaj przedstawiciela handlowego



Badanie PRO

Survey PRO



Badanie PRO

Na przełomie marca i kwietnia 2008 zrealizowaliśmy przy współpracy z Instytutem SMG/KRC kolejną falę badania PRO (pomiar konsumpcji mediów wśród menedżerów).

Badanie realizujemy od 2000 roku, ostatnia fala jest czternastą edycją badania. Łącznie przez osiem lat przebadaliśmy 31 tysięcy polskich menedżerów, pracujących w firmach powyżej dwudziestu osób.

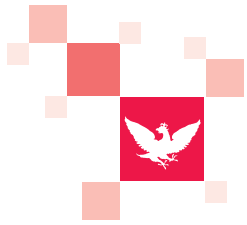
Wyniki ostatniej fali po raz kolejny jasno pokazały mocną pozycję „Rzeczpospolitej” wśród kadry menedżerskiej w Polsce.

„Rzeczpospolita” pozostaje liderem czytelnictwa w gronie menedżerów odpowiedzialnych za finanse lub zagadnienia prawne.

Spoglądając na wskaźnik CPW (mierzący czytelnictwo przeciętnego wydania, najczęściej używany w planowaniu mediów) „Rzeczpospolita” ma stabilną, drugą pozycję (zaraz za „Gazetą Wyborczą”) z wynikiem 31,8%, zdecydowanie wyprzedzając głównych konkurentów w walce o czytelnika i reklamy biznesowe - „Gazetę Prawną” (20,4%) i „Dziennik” (5,7%).

Dodatkowo, zdaniem badanych menedżerów „Rzeczpospolita” została uznana za najlepszy tytuł gospodarczy, ekonomiczny i finansowy - „Rzeczpospolita” (32,9%), „Gazeta Wyborcza” (13,5%), „Gazeta Prawna” (13,1%), „Puls Biznesu” (9,1%).

W badaniu PRO zadaliśmy także pytanie o ocenę zmiany formatu „Rzeczpospolitej” (format zmieniliśmy pod koniec 2007 roku). Aż 61,27% respondentów oceniło nowy format pozytywnie, a 34,92% obojętnie, jednak na plus. Jedynie 1,61% oceniło zmianę negatywnie.



Źródło: Badanie PRO, SMG/KRC, fala kwiecień 2008, N=2 119

„Rzeczpospolita” znajduje się w ścisłej czołówce w rankingu czytelnictwa prasy wśród menedżerów
Rzeczpospolita is one of the foremost newspapers among managers

CPW

AIR

Gazeta Wyborcza	37,4%
Rzeczpospolita	31,8%
Gazeta Prawna	20,4%
Puls Biznesu	7,3%
Fakt	6,4%
Gazeta Podatkowa	6,1%
Dziennik Polska Europa Świat	5,7%
Super Express	4,2%
Parkiet Gazeta Giełdy	1,6%
Trybuna	0,8%

„Rzeczpospolita” jest najczęściej czytany dziennikiem wśród menedżerów. Średnia liczba czytanych wydań w tygodniu jest najwyższa.

Rzeczpospolita is most often read among managers. Highest average number of issues read per week

Średnia liczba przeczytanych wydań
Average number of issues read

Rzeczpospolita	3,9
Gazeta Wyborcza	3,6
Gazeta Prawna	3,2
Dziennik Polska Europa Świat	3,0
Puls Biznesu	3,0
Parkiet Gazeta Giełdy	3,0
Trybuna	3,0
Super Express	2,7
Fakt	2,7
Gazeta Podatkowa	1,5

Source: Survey PRO, SMG/KRC, wave April 2008, N=2 119

W ocenie menedżerów „Rzeczpospolita” jest najlepszym tytułem gospodarczym, ekonomicznym, finansowym

To najlepszy tytuł gospodarczy, ekonomiczny, finansowy

In the estimation of managers surveyed, *Rzeczpospolita* has the best economy and finance section

It has the best economy and finance section

Rzeczpospolita	32,94%
Gazeta Wyborcza	13,49%
Gazeta Prawna	13,13%
Puls Biznesu	9,10%
Dziennik	3,47%
Parkiet Gazeta Giełda	1,48%
żaden z powyższych / non of the above	7,73%

Menedżerowie czytający „Rzeczpospolitą” odpowiadają w swoich firmach za najważniejsze obszary działalności

Managers reading *Rzeczpospolita* are responsible for some of the most important areas of their companies' operations

Obszary odpowiedzialności w firmie / Responsibilities in the company

finanse / finance	19,63%
zarządzanie zasobami ludzkimi / human resources	16,75%
sprzedaż / sales	11,38%
wdrażanie nowych rozwiązań / implementation of new procedures	8,76%
zagadnienia prawne / legal matters	6,85%
planowanie strategiczne / strategic planning	6,47%
zaopatrzenie / supplies	6,38%
dystrybucja / distribution	6,09%
produkcja / production	5,95%
organizacja szkoleń, konferencji / training and conferences	5,28%
systemy informatyczne, komputeryzacja / computer systems	2,37%
brak odpowiedzi / no answer	4,11%

Najważniejsze wnioski

The most important conclusions



Najważniejsze wnioski

Więcej TREŚCI

„Rzeczpospolita” jest jedyną w Polsce gazetą informacyjną i specjalistyczną zarazem. Poddaje analizie sprawy społeczno-polityczne, zjawiska kulturalne, prawo i biznes.

Więcej PRESTIŻU

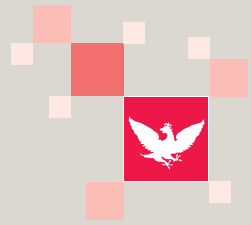
„Rzeczpospolita” to jeden z liderów prasy codziennej. Należy do najczęściej cytowanych gazet w kraju.

Więcej OPINII

„Rzeczpospolita” bierze aktywny udział w debacie publicznej. Patrzy krytycznie na rzeczywistość i opisuje ją z różnych punktów widzenia.

Więcej KORZYŚCI

„Rzeczpospolita” dba, by jej czytelnicy mogli cieszyć się dodatkami, zapewniającymi edukację i rozrywkę na najwyższym poziomie.



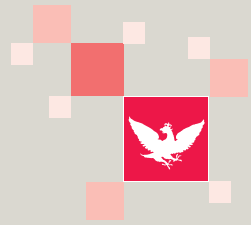
Najważniejsze wnioski

Dane demograficzne:

- Czytelnicy „Rzeczpospolitej” to w równej niemal części kobiety i mężczyźni
- 66% czytelników jest w wieku 25-54 l.- najwyższej aktywności zawodowej
- 63% czytelników ma wykształcenie wyższe, 28% średnie
- 84% czytelników zamieszkuje miasta – co czwarty te największe, powyżej 500 tys. mieszkańców

Sytuacja zawodowa

- 77% czytelników pracuje w pełnym wymiarze godzin
- 51% kieruje pracą innych osób
- 32% czytelników to menedżerowie oraz przedstawiciele wolnych zawodów



Najważniejsze wnioski

Klasa społeczna

- 41% czytelników „Rzeczpospolitej” to inteligencja
- 31% to pracownicy umysłowi

Status materialny

- Czytelnicy „Rzeczpospolitej” posiadają środki finansowe, które pozwalają im aktywnie korzystać z różnorodnych form inwestowania

Zainteresowania/Osobowość

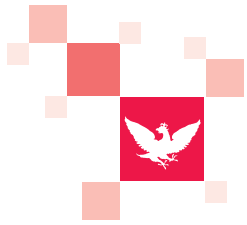
- Czytelnicy „Rzeczpospolitej” to osoby otwarte, aktywne o szerokich horyzontach, liderzy opinii
- Czytelnicy „Rzeczpospolitej” to osoby twórcze, chętnie podejmujące wyzwania zawodowe. Starają się stale rozwijać i dokształcać

Nowoczesne technologie

- Czytelnicy „Rzeczpospolitej” są aktywni, mobilni, otwarci na nowości technologiczne
- 85% z nich posiada telefon komórkowy
- 79% aktywnie korzysta z Internetu

Dane

Data



Dane demograficzne

Płeć / Gender

		Affinity Index
mężczyzna / man	51%	105
kobieta / woman	49%	96

Wiek / Age

15-24 lata / 15-24 years old	11%	52
25-34 lata / 25-34 years old	21%	110
35-44 lata / 35-44 years old	19%	117
45-54 lata / 45-54 years old	26%	135
powyżej 54 lat / over 54	24%	93

Wykształcenie / Education

podstawowe / primary school graduate	2%	14
zasadnicze zawodowe / vocational training graduate	6%	23
średnie / high school graduate	28%	88
wyższe / college degree or more	63%	264

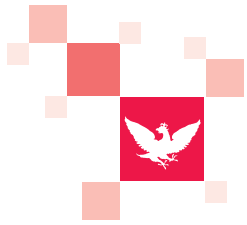
Demographic data

Czytelnicy z wykształceniem wyższym – wybrane rodzaje wykształcenie / Higher education graduates – various degrees

licencjat, inżynierskie / BA, engineer's degree	7%	243
wyższe magisterskie / Master's degree	38%	366
studia podyplomowe, MBA / postgraduate degree, MBA	4%	530
doktorat / PhD	2%	573

**Czytelnicy „Rzeczpospolitej” to świetnie wykształcone osoby w wieku najwyższej aktywności zawodowej.
91,3% stanowią osoby z wykształceniem średnim lub wyższym.**

**Readers of *Rzeczpospolita* are professionally active and well educated.
91.3% of them are high-school and college graduates.**



Dane demograficzne

Wielkość miejscowości zamieszkania / Place of residence

wieś / village	16%	44
miasto do 10 000 mieszkańców / town of less than 10 000 inhabitants	6%	95
miasto od 10 000 do 20 000 mieszkańców / town from 10,000 – 20,000 inhabitants	7%	100
miasto od 20 000 do 50 000 mieszkańców / town from 20,000 – 50,000 inhabitants	14%	126
miasto od 50 000 do 100 000 mieszkańców / town from 50,000 – 100,000 inhabitants	9%	99
miasto od 100 000 do 200 000 mieszkańców / city from 100,000 – 200,000 inhabitants	11%	132
miasto od 200 000 do 500 000 mieszkańców / city from 200,000 – 500,000 inhabitants	11%	119
miasto powyżej 500 000 mieszkańców / more than 500,000 inhabitants	25%	227

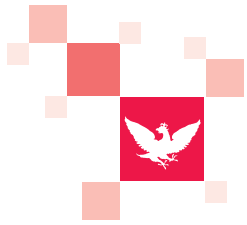
Region (7 regionów) / Region (7 regions)

Polska Centralna / Central Poland	29%	139
Ściana Wschodnia / Eastern Poland	9%	83
Małopolska / Lesser Poland	14%	92
Górny Śląsk / Upper Silesia	15%	101
Dolny Śląsk / Lower Silesia	11%	105
Wielkopolska / Great Poland	11%	89
Pomorze / Pomerania	11%	72

Demographic data

**Osoby zamieszkujące miasta stanowią 84% czytelników „Rzeczpospolitej”.
Co czwarty czytelnik „Rzeczpospolitej” to mieszkaniec wielkiej aglomeracji miejskiej**

**84% of *Rzeczpospolita*'s readers live in cities. One out of four readers
of *Rzeczpospolita* is a resident of a large city.**



Sytuacja zawodowa

Aktualna sytuacja zawodowa respondenta / Current professional status

praca w pełnym wymiarze godzin / full-time job	77%	163
uczeń – student / student	7%	50
emeryt – rencista / retired	10%	43

Czy kieruje pracą innych osób? / Does the respondent manage the work of others?

tak / yes	51%	231
-----------	-----	-----

Kategoria zawodowa / Occupation category

specjaliści – wolne zawody / specialists – freelancers	22%	320
technicy i wyspecjalizowani prac. adm. / engineers and administrative workers	21%	175
dyrektorzy, urzędnicy państwowi wysokiego szczebla, kierownicy / managers, high-ranking officials, executives	13%	379
właściciele prywatnych firm / owners of private companies	12%	200
pracownicy umysłowi niższego szczebla / lower-level white-collar workers	8%	147

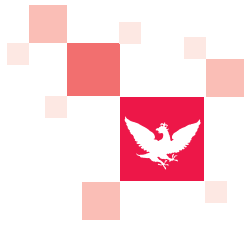
Professional status

Do jakiej branży należy zakład pracy / In which line of business does your company operate?

administracja publiczna i obrona narodowa / public administration and national defence	12%	406
pozostała działalność usługowa / other services	7%	154
budownictwo / construction	7%	134
przetwórstwo przemysłowe / manufacturing	7%	121
edukacja / education	6%	169
handel i naprawy / commerce and repair services	6%	85
pośrednictwo finansowe, bankowość / financial services and banking	6%	496
transport, gospodarka magazynowa i łączność / transportation, storage and communications	5%	172
ochrona zdrowia i opieka społeczna / health care and social care	3%	113
wytwarzanie i zaopatrzenie w energię elektryczną, gaz i wodę / electric, gas and water supply industry	2%	299
obsługa nieruchomości i firm / real estate services	2%	389
górnictwo i kopalnictwo / mining	2%	146

Ile osób zatrudnia firma / How many people does your company employ?

do 50 osób / less than 50 people	34%	122
51-249 osób / from 51-249 people	22%	225
250-500 osób / from 250-500 people	9%	290
501 i więcej osób / more than 500	12%	203



Sytuacja zawodowa

51% naszych czytelników kieruje pracą innych osób.

56% czytelników to wysokiej klasy specjaliści, kierownicy, dyrektorzy, technicy.

Wśród czytających „Rzeczpospolitą” istnieje bardzo wysoka nadreprezentacja osób pracujących w branżach bankowość, finanse, administracja publiczna.

51% manage the work of others.

56% of *Rzeczpospolita*'s readers are high-level specialists, managers, directors, engineers.

Among readers of *Rzeczpospolita* the most numerous are people working in banking, financial services and public administration.

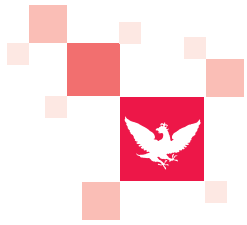
Sytuacja rodzinna / Family situation

Klasa społeczna rodziny / Social status

Inteligencja / intelligentsia	41%	280
Pracownicy umysłowi / white-collar professionals	31%	138
Prywatna inicjatywa / small-business owners	13%	154
Robotnicy wykwalifikowani / skilled workers	10%	29

Wielkość gospodarstwa domowego (6 kategorii) / Household size (6 categories)

jedna / one	38%	111
dwie / two	28%	115
trzy / three	23%	116
cztery / four	15%	99
pięć / five	8%	71
sześć lub więcej / six or more	3%	46



Finanse

Miesięczny dochód badanego / Monthly income of the surveyed

nie ma dochodów / no income	7%	41
do 1000 PLN / up to 1000 PLN	9%	34
1001-2000 PLN / 1001-2000 PLN	24%	108
2001-3000 PLN / 2001-3000 PLN	12%	253
ponad 3000 PLN / over 3000 PLN	15%	623

Wśród czytelników „Rzeczpospolitej” znajdziesz znaczną nadreprezentację osób o wysokich dochodach.

People with high income are over-represented among *Rzeczpospolita* readers.

Finance

Konta bankowe: typ posiadanego konta / Bank accounts: type of account possessed

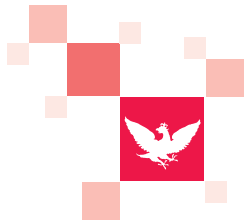
Konto osobiste, tzw. ROR / Personal account, the so-called ROR (savings and current account)	70%	156
Lokata terminowa złotówkowa / Polish zloty term deposit	13%	247
Konto a vista złotówkowe / On-call account in Polish zloty	5%	188
Rachunek inwestycyjny / Investment account	6%	352
Lokata terminowa dewizowa / Foreign currency term deposit	3%	297

Karty płatnicze / bankomatowe: posiadanie [RS] / Payment / cash cards owners [RS]

posiada / possesses	65%	170
---------------------	-----	-----

Karty płatnicze / bankomatowe: marka posiadanych kart [RS] / Payment/cash cards: brands of cards possessed [RS]

Visa Electron	29%	179
Visa	23%	207
Maestro	17%	193
Master Card / Euro Card	13%	253
American Express	1%	249
Diners Club	0,3%	193



Finanse / Finance

Formy inwestowania / Forms of investment

Jednostki funduszy inwestycyjnych / Investment fund units	11%	307
Ubezpieczenia na życie (III Filar) / Life insurance (III Pillar)	24%	146
Ubezpieczenia na życie (III Filar): ubezpieczenie związane jest z funduszem inwestycyjnym Life insurance (III Pillar): insurance connected with investment fund	11%	284
Akcje WGPW: inwestowanie / Shares of Warsaw Stock Exchange: investing	5%	287
Opinie: Bardzo dobrze zarządzam moimi pieniędzmi / Opinions: I manage my money effectively	68%	100
Opinie: Ważne jest, aby być ubezpieczonym na każdą sytuację / Opinions: It is important to protect oneself against any risk	69%	103

Czytelnicy „Rzeczpospolitej” posiadają środki finansowe, które pozwalają im aktywnie korzystać z różnorodnych form inwestowania. Istotne jest dla nich efektywne zarządzanie swoimi pieniędzmi.

Nasi czytelnicy to aktywni użytkownicy nie tylko podstawowych, ale także zaawansowanych usług bankowych i finansowych.

Readers of *Rzeczpospolita* possess financial means enabling them to engage in various forms of investment. They consider it essential to manage effectively their own money.

Our readers are active users of not only basic, but also advanced bank and financial services.

Zainteresowania – Hobby Pursuits – Hobbies

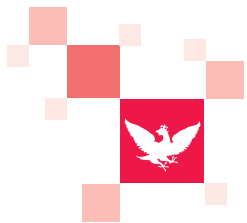
Opinie: Interesują mnie sprawy, wydarzenia międzynarodowe / Opinions: I am interested in international issues and events	62%	150
Opinie: Lubię życie pełne wyzwań, nowości i zmian / Opinions: I like when life is full of new challenges and changes	40%	115

Uczestniczenie w wydarzeniach kulturalnych, zakup książek, płyt / Participation in cultural events, purchase of books and records

Wystawy, teatr, opera i balet: chodzenie / Exhibitions, theatre, opera and ballet: going to	30%	224
Kino: chodzenie / The movies: going to	47%	159
Koncerty: chodzenie / Concerts: going to	28%	170
Książki: kupowanie / Books: buying	62%	183
Płyty kompaktowe: kupowanie / CDs: buying	37%	149

Muzyka: rodzaj słuchanej muzyki / Music: types of music listened to

Rock / Rock	35%	151
Klasyczna – poważna / Classical	27%	203
Poezja śpiewana / Sung poetry	18%	173
Blues	16%	228
Jazz	14%	282
Country	12%	145
Heavy metal	7%	182
Folk	6%	152
Gospel, spirituals	3%	163



Zainteresowania – Hobby

Spędzanie wolnego czasu: formy / Spending leisure time: forms

Czytając książki / Reading books	44%	179
Czytając gazety codzienne / Reading daily newspapers	42%	177
Chodząc na imprezy sportowe / Going to sports events	10%	168
Uprawiając sport / Going in for sports	16%	157
Przy komputerze, nie grając / At the computer, not playing computer games	28%	148
Oglądając filmy na wideo\DVD / Watching video or DVD films	23%	123
Chodząc do kawiarni, restauracji, dyskoteki itp. / Going to cafes, restaurants, disco, etc.	14%	122

Urlopy-wakacje: / Leaves-holidays:

Wyjazdy na weekend: w ciągu ostatnich 3 miesięcy / Weekend trips: during last 3 months	33%	191
Wakacje w kraju / Holidays in the country	42%	163
Wakacje za granicą / Holidays abroad	19%	251
Urlopy-wakacje: łączny koszt ostatniego wyjazdu na osobę pow. 1000 zł / Leaves-holidays: total cost of the last trip over 1000 PLN per head	23%	263
Podróże samolotem: w ciągu 12 miesięcy / Travelling by plane: during 12 months	19%	260
Opinie: Staram się jeździć na każde wakacje w inne miejsce / Opinions: Every vacation I try to visit a new place	54%	134

Pursuits – Hobbies

Czytelnicy „Rzeczpospolitej” to osoby otwarte, aktywne, o szerokich horyzontach. Chętnie uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych, czytają literaturę, prasę, uprawiają sport. Chętnie wyjeżdżają na wakacje, urlopy, weekendy.

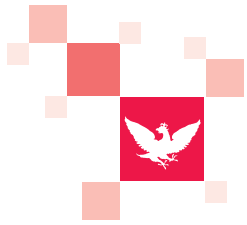
Cechuje ich ciekawość świata i nowych miejsc.

Uwielbiają muzykę ambitną: jazz, blues, rock, ale także muzykę klasyczną.

Readers of *Rzeczpospolita* are active and open-minded people. They are willing to participate in cultural events, read books and newspapers, go in for sports, go on holidays, leaves, weekends.

They are curious about the world and want to visit new places.

They love ambitious music like Jazz, Blues, Rock as well as classical music.



Zainteresowanie tematami w prasie

Interest in the topics in the press

Krajowe wydarzenia polityczne / Domestic political news	70%	230
Wiadomości lokalne / Local news	70%	132
Ważne problemy społeczne kraju / Relevant social issues in the country	62%	197
Informacje gospodarcze kraju / National economic news	61%	255
Międzynarodowe wydarzenia polityczne / International news	58%	243
Informacje o finansach, budżecie / Finance, budget	51%	344
Omówienia ustaw, przepisów / Analyses of acts and regulations	50%	377
Film, teatr, książki / Films, theatres, books	39%	183
Wydarzenia kulturalne / Cultural events	38%	190
Wiadomości sportowe / Sports news	37%	131
Nauka, technika / Science, technology	36%	174
Turystyka, podróże / Tourism, travel	31%	182
Motoryzacja / Auto news	28%	121

Komunikacja - telefon, Internet Communications – telephone, Internet

Czytelnicy „Rzeczpospolitej” są aktywni, mobilni, otwarci na nowości technologiczne

***Rzeczpospolita* readers are active, mobile, and technologically savvy**

Telefony komórkowe: posiadanie / Mobile phones owners

85%

121

Telefony komórkowe: funkcje telefonu, z których korzysta / Mobile phones: features of your phone which you actually use

Cyfrowy aparat fotograficzny / Digital camera	21%	132
Wbudowany moduł Bluetooth / Built-in Bluetooth module	12%	158
System głośnomówiący / Loudspeaker system	10%	124
Łącze na podczerwień (IrDA) / IrDA (infrared) connection	7%	103
GPRS	7%	131
WAP	6%	157

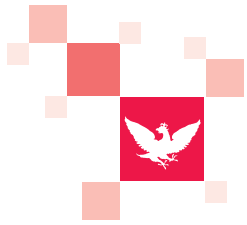
Internet: korzystanie / Internet: using

78%

190

Internet: do czego używa / Internet: usage purposes

Korzystanie z poczty elektronicznej / E-mail	71%	223
Listy dyskusyjne / E-lists	12%	167
Ściąganie/wysyłanie plików/programów (FTP) / Sharing files, both data and computer programs (FTP)	23%	168



Opinie dotyczące kariery, rozwoju, otoczenia, usług

Czytelnicy „Rzeczpospolitej” to osoby zadowolone ze swojego życia, twórcze, chętnie podejmujące wyzwania zawodowe. Starają się stale rozwijać i doskonalić.

The readers of *Rzeczpospolita* are satisfied with their lives; they are active and willing to take on new challenges. They are constantly seeking new opportunities to improve their skills or acquire new ones.

Opinie: Jestem zadowolony ze swojego życia / Opinion: I am happy with the way my life is going	62%	113
Opinie: To ważne, żeby przez całe życie uczyć się czegoś nowego / Opinion: It's important to keep learning new things	78%	112
Opinie: Zawodowo chcę osiągnąć jak najwięcej / Opinion: Professionally, I want to achieve as much as I can	44%	120
Opinie: Uważam się za osobę twórczą / Opinion: I think I'm creative	40%	131

Czytelnicy „Rzeczpospolitej” to wymagający konsumenci – cenią wysoką jakość produktów i usług.

***Rzeczpospolita* readers are critical consumers – they expect high quality from products and services.**

Opinions concerning career development, environment and services

Opinie: Warto więcej zapłacić za produkty dobrej jakości / Opinion: It makes sense to pay more for quality products	76%	117
Opinie: Uważam, że produkty uznanych marek są lepsze / Opinion: I think well-known brand products are better	63%	110
Opinie: Posiadanie bardzo dobrych gatunkowo rzeczy sprawia mi przyjemność / Opinion: I find pleasure in possessing high-quality products	60%	116
Opinie: Jakość jest ważniejsza od ilości / Opinion: Quality is more important than quantity	77%	114

Dane:

Affinity Index: „Rzeczpospolitej” (SCPW) vs wszyscy 15+

Badanie: PBC General

Realizacja i oprogramowanie: MillwardBrown SMG/KRC

Fale [12]: marzec 2007 : luty 2008 (wielkość: 46 676)

Wskaźnik: SCPW

Badanie: Target Group Index

MillwardBrown SMG/KRC

[12]: styczeń 2007 : grudzień 2007 (wielkość: 35 990)

Wskaźnik: SCPW

Data:

Affinity Index: *Rzeczpospolita* readers (SCPW) compared to people over 15

Survey: PBC General

Software: MillwardBrown SMG/KRC

Wave [12]: March 2007 : Feb. 2008 (S=46,676)

Indicator: SCPW

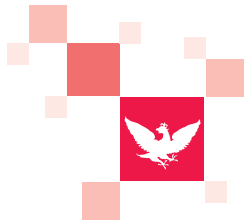
Survey: Target Group Index

MillwardBrown SMG/KRC

[12]: January 2007: December 2007 (size: 35 990)

Indicator: SCPW





Publikacja Działu Marketingu na zlecenie Biura Reklamy i Ogłoszeń „Rzeczpospolitej”
Czerwiec 2008



GEOLAND Consulting International Sp. z o.o.

od 1991 roku partner Presspubliki, wydawcy dziennika „Rzeczpospolita”
00-815 Warszawa, ul. Sienna 93 lok. 20, tel. 022 850-03-30, fax 022 850-03-40
e-mail: geoland@geoland.pl, www.geoland.pl