

Аудитория автомобильных изданий

NRS-2009: описание исследования

	NRS-Москва	NRS-Санкт-Петербург	NRS-Россия
Год старта проекта	1998 год	2002 год	2000 год
Генеральная совокупность	взрослое (16+, 12+) население Москвы	взрослое (16+) население С.-Петербурга	взрослое (16+) население городов 100+ тыс.
Размер ген. совокупности	9.17 млн. чел.	4.01 млн. чел.	57.76 млн. чел.
Метод	Телефонные интервью. Компьютерная система телефонных опросов (CATI).		
Отбор респондентов	случайная двухступенчатая выборка		случайная трехступенчатая выборка
Количество интервью в год	25 000	9 000	75 000 (в 65 городах)
Количество измеряемых изданий	270	250	190
Обновление данных	4 раза в год («роллинг» за предыдущие полгода)		



NRS-2009: описание исследования

Два основных показателя объемов аудитории:

- **Аудитория одного номера, или Average Issue Readership (AIR)** - усредненное количество читателей одного номера издания.
- **Полугодовая аудитория** - количество человек, читавших или просматривавших издание хотя бы раз за полгода.

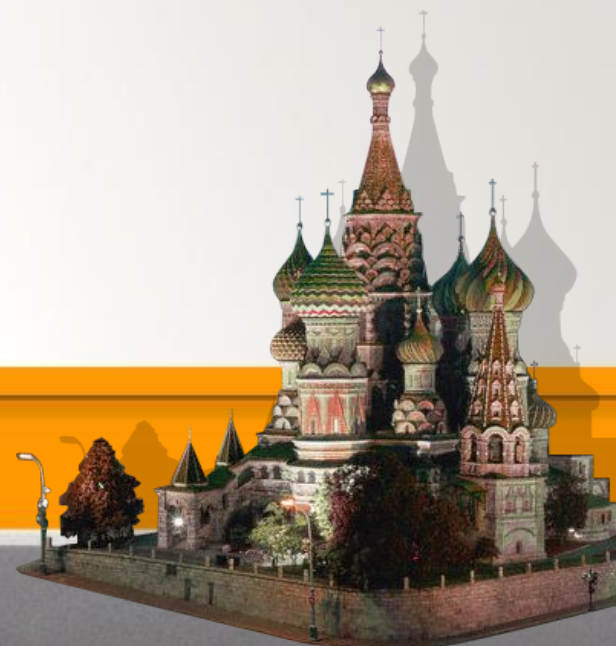
С начала 2009 года были использованы новые данные об объеме населения для России и Москвы:

- Количество **россиян** в возрасте 16 лет и старше, проживающих в городах с населением более 100 тыс. жителей, составило 57,76 млн. чел. (ранее использовалась цифра 57,97 млн.чел.).
- Количество **москвичей** в возрасте 16 лет и старше составило 9,17 млн. чел. (ранее ранее использовалась цифра 9,16 млн.чел.).

Таким образом, абсолютные значения по объемам аудиторий изданий (в тысячах человек) у всех изданий изменились пропорционально новым данным по объему населения.



Аудитория автомобильных изданий в Москве



Аудитория автомобильных изданий *

	AIR		Аудитория за полгода		Издательский дом	Год выпуска
	тыс.чел.	%	тыс.чел.	%		
Еженедельные издания						
Автомобили и цены	687.8	7.5	2151.8	23.5	Деловой мир	2003
Автомир	416.8	4.5	1418.2	15.5	Burda	1998
Издания, выходящие раз в 2 недели						
Авторевю	399.7	4.4	929.6	10.1	Газета Авторевю	1990
Клаксон	322.9	3.5	992.8	10.8	Клаксон Media	1992
За рулем (газета)	169.3	1.8	426.9	4.7	За рулем	2006
МКмобиль	125.5	1.4	318.7	3.5	Московский комсомолец	2002
Ежемесячные издания						
За рулем	1160.5	12.7	2262.0	24.7	За рулем	1928
Top Gear	309.5	3.4	603.0	6.6	Parlan Publishing	2004
Автомобили	274.8	3.0	570.9	6.2	ЗАО "КБ "Что Делать"	1993
Тюнинг автомобилей	190.3	2.1	369.3	4.0	Game Land	2001
Пятое колесо	173.5	1.9	401.9	4.4	SPN	1993
Quattroruote	141.9	1.5	285.3	3.1	Burda	2006
Форсаж	128.4	1.4	278.7	3.0	Game Land	2004
MAXI Tuning	109.3	1.2	199.9	2.2	Game Land	2006
Мото	104.3	1.1	214.6	2.3	За рулем	1991
Автопанорама	100.3	1.1	216.3	2.4	Медиа Панорама	1995
Тюнинг эксперт	75.8	0.8	160.3	1.7	Game Land	2005
МОТОР**	60.7	0.7	179.2	2.0	МОТОР Медиа	1996
CarMusic	38.3	0.4	101.5	1.1	Game Land	1998

* по данным проекта NRS-Москва 2009/2, Декабрь 2008 - Апрель 2009

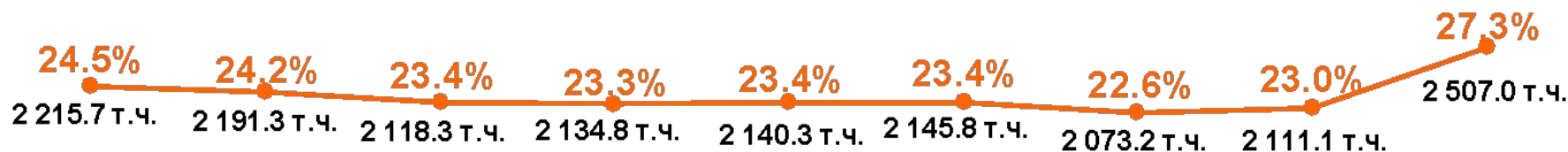
** квартальные данные за Март - Апрель 2009



Суммарная аудитория автомобильных изданий

(AIR, в тыс.чел. и %* от москвичей 16+)

МОСКВА



Количество изданий

23

22

22

22

22

23

23

18

18

Декабрь 2006 - Апрель 2007

Март - Июль 2007

Май - Октябрь 2007

Сентябрь 2007 - Февраль 2008

Декабрь 2007 - Апрель 2008

Март - Июль 2008

Май - Октябрь 2008

Сентябрь 2008 - Февраль 2009

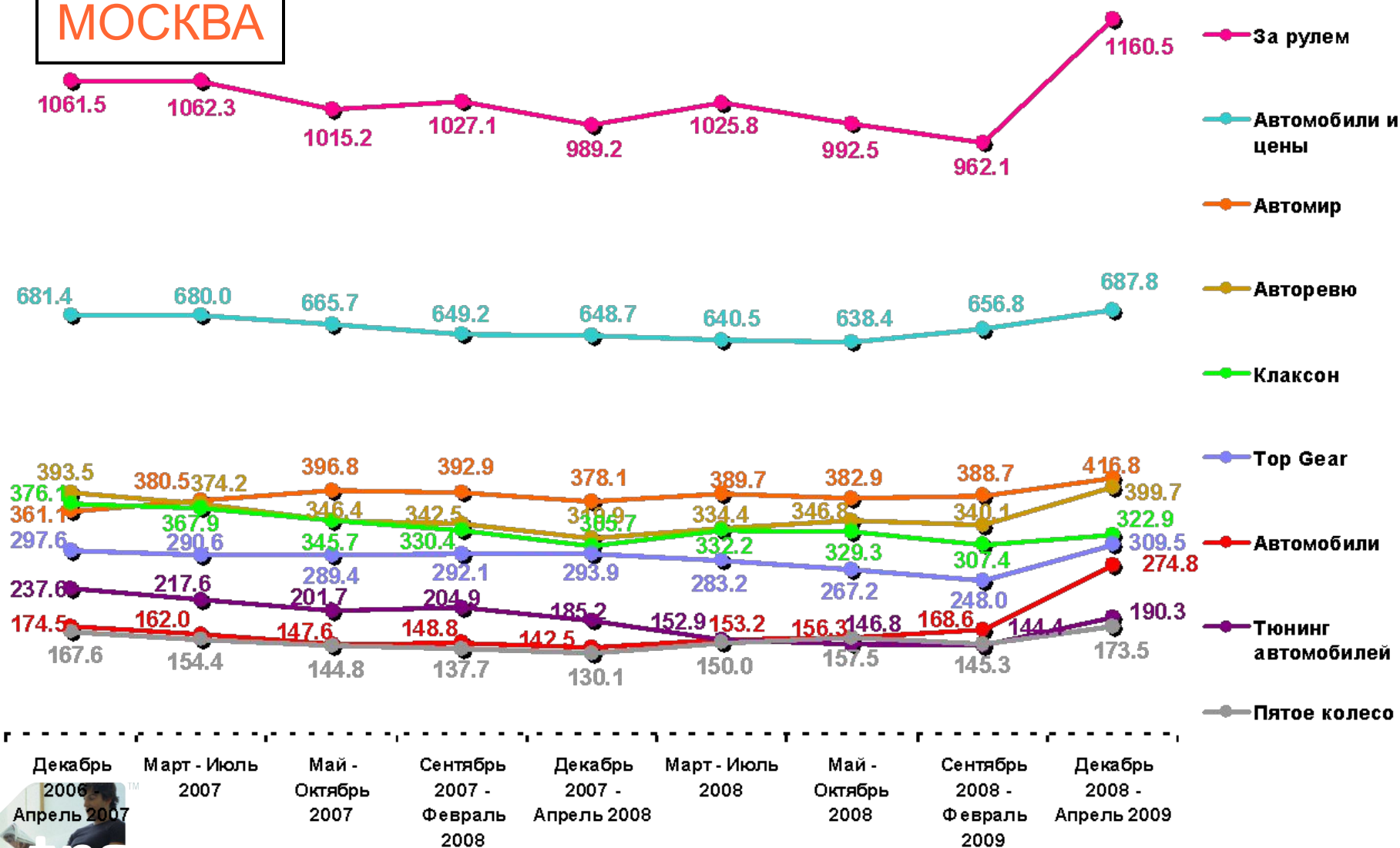
Декабрь 2008 - Апрель 2009



Динамика аудитории автомобильных изданий (1)

(AIR, в тысячах человек)

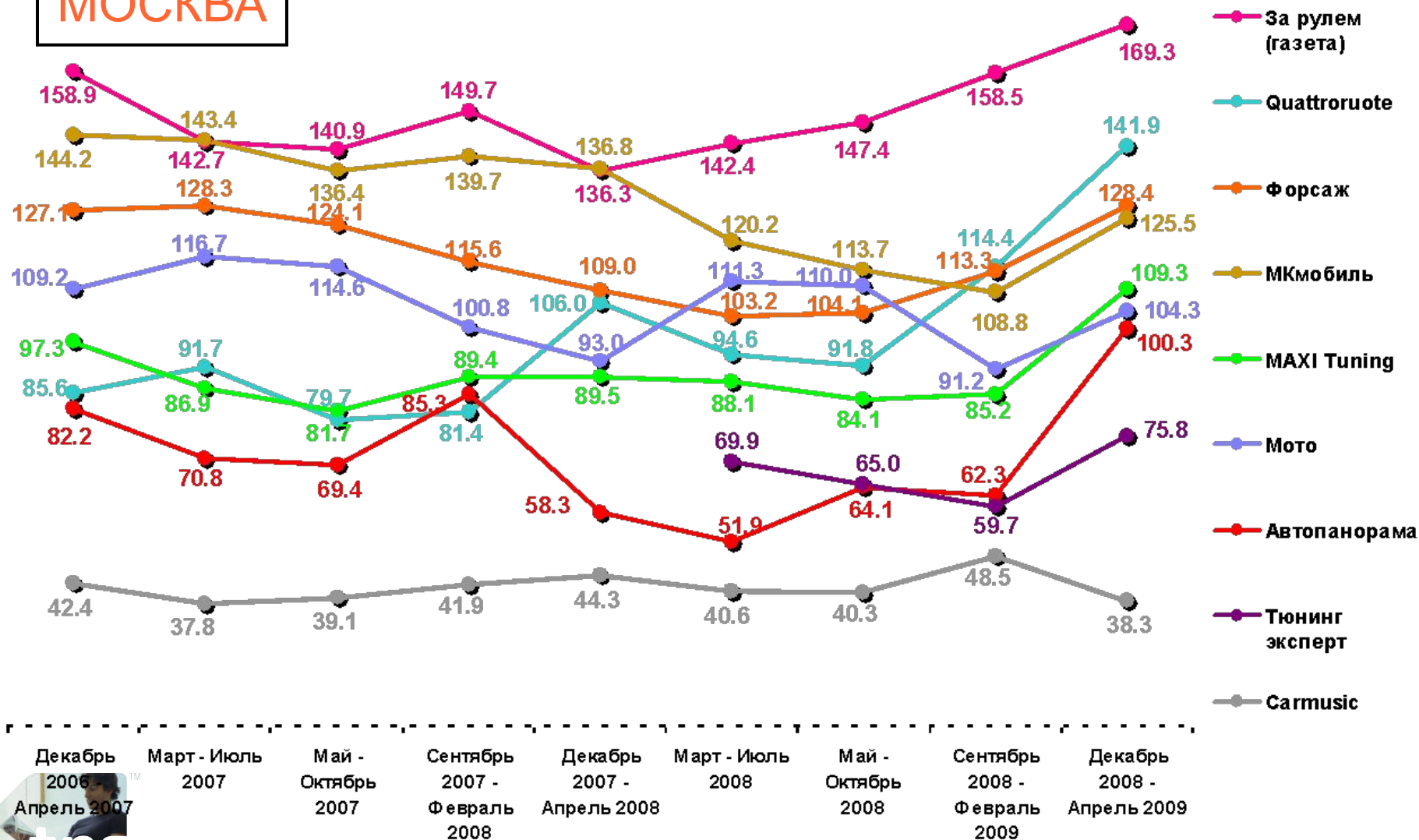
МОСКВА



Динамика аудитории автомобильных изданий (2)

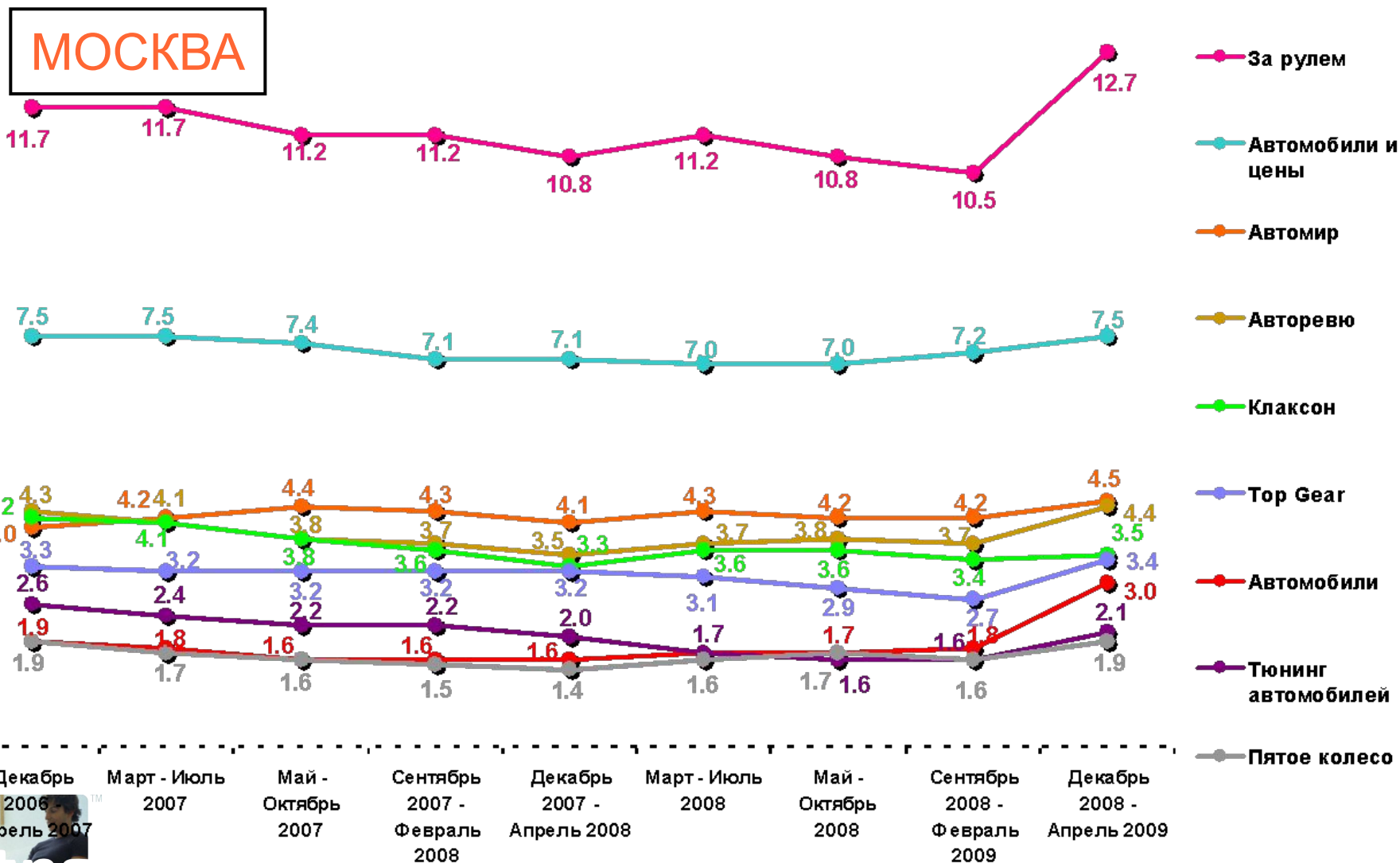
(AIR, в тысячах человек)

МОСКВА



Динамика аудитории автомобильных изданий (1)

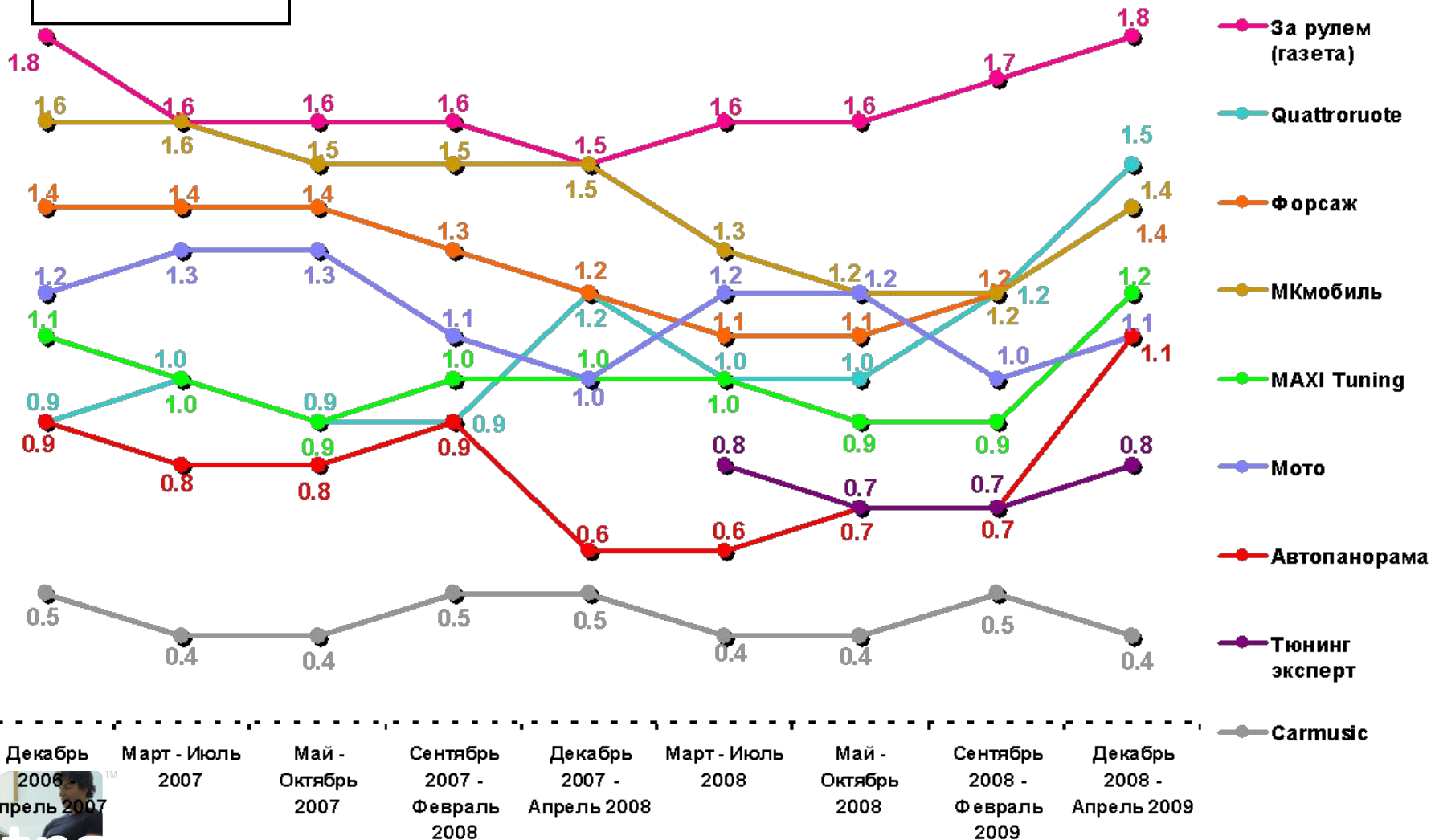
(AIR, % от москвичей 16+)



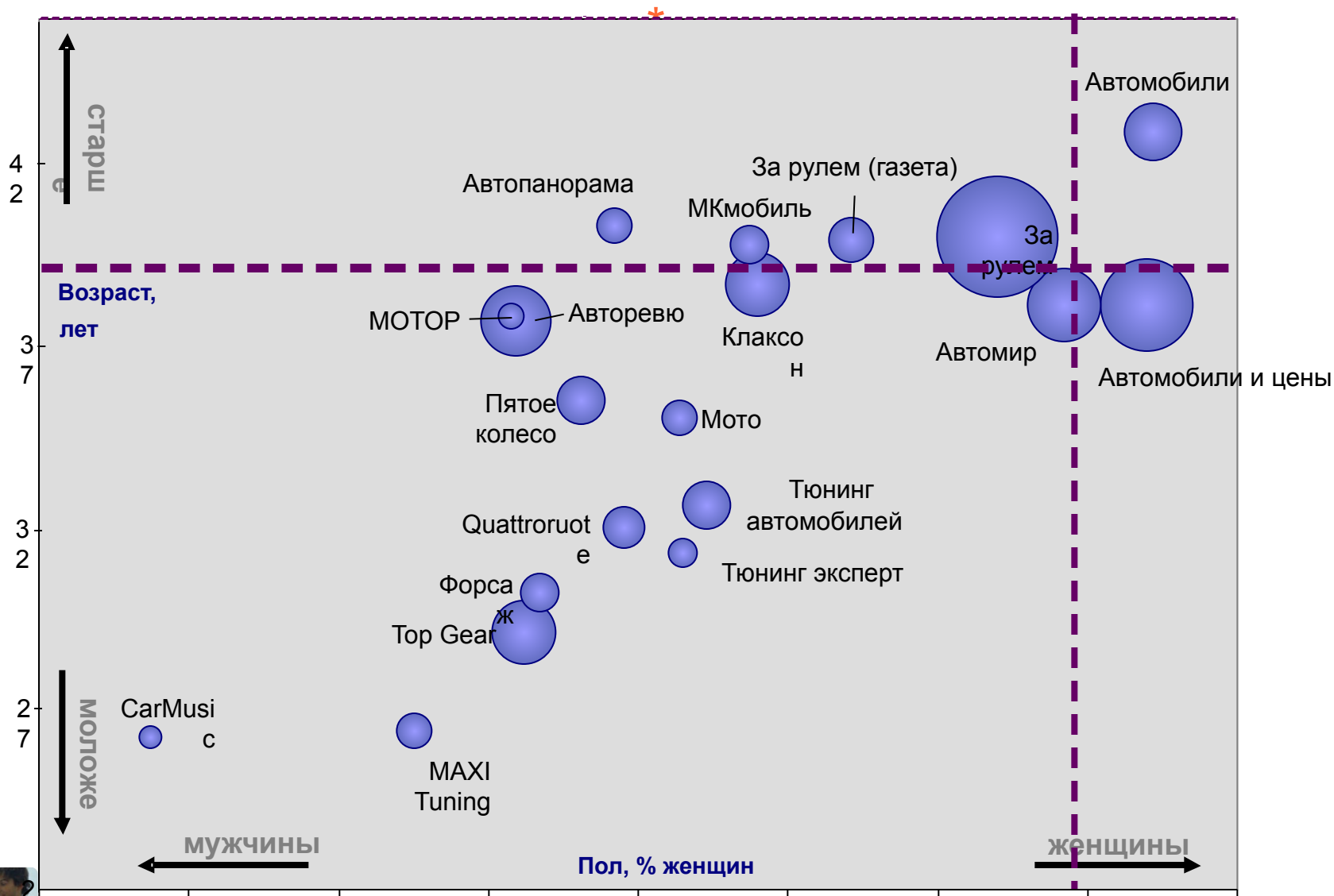
Динамика аудитории автомобильных изданий (2)

(AIR, % от москвичей 16+)

МОСКВА



Карта изданий по полу и возрасту



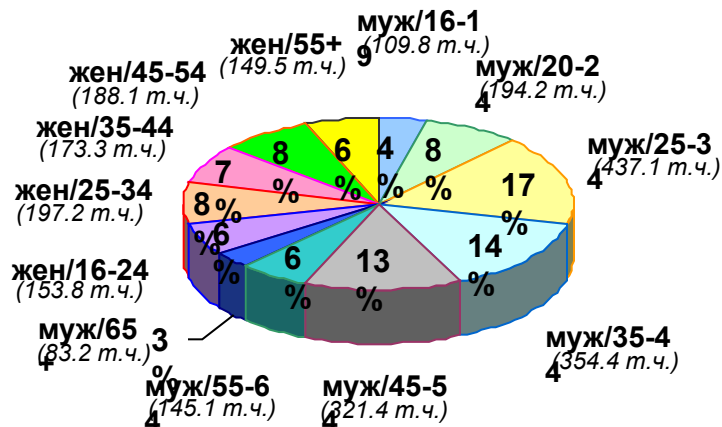
● Площадь кругов пропорциональна аудитории соответствующих изданий
 — Пунктирной линией показаны значения по полу и возрасту для группы в целом



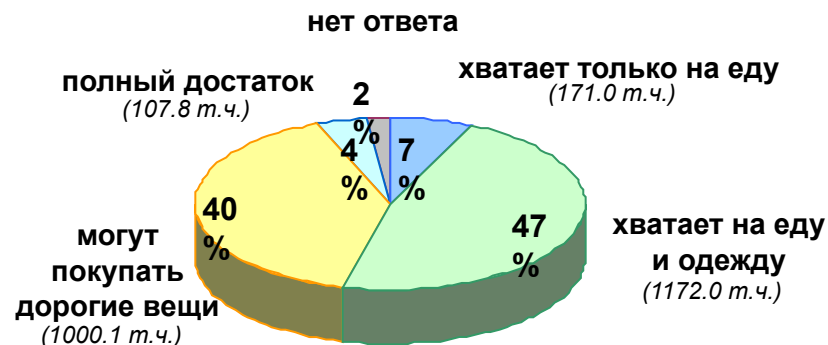
Структура суммарной аудитории автомобильных изданий

МОСКВА

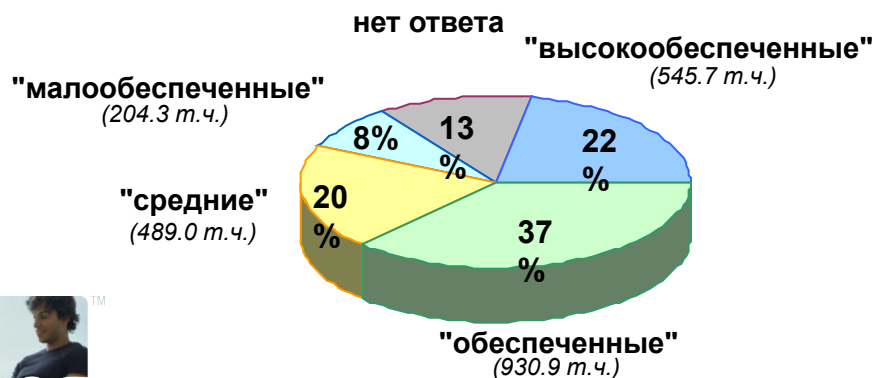
Пол / возраст



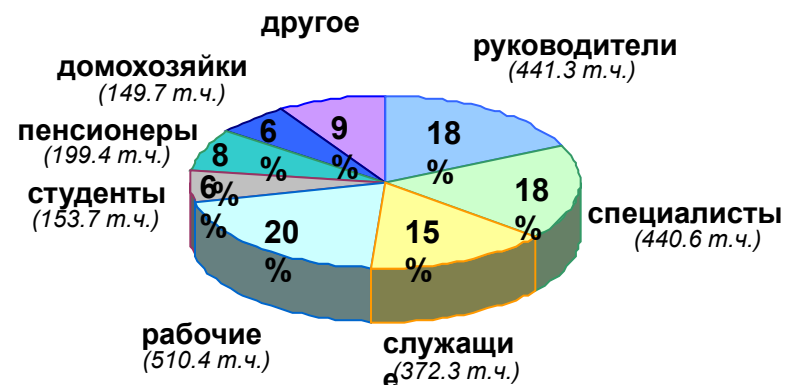
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус



Индекс соответствия целевой группе

(Affinity Index^{*})

Показывает, во сколько раз доля целевой группы в аудитории издания отличается от доли целевой группы среди населения в целом.

Индекс больше 100 говорит о том, что целевая группа сконцентрирована в аудитории издания.

Например, рассмотрим руководителей в суммарной аудитории автомобильных изданий

Доля руководителей среди населения Москвы – 12.9%

Доля руководителей в аудитории автомобильных изданий – 17.6%

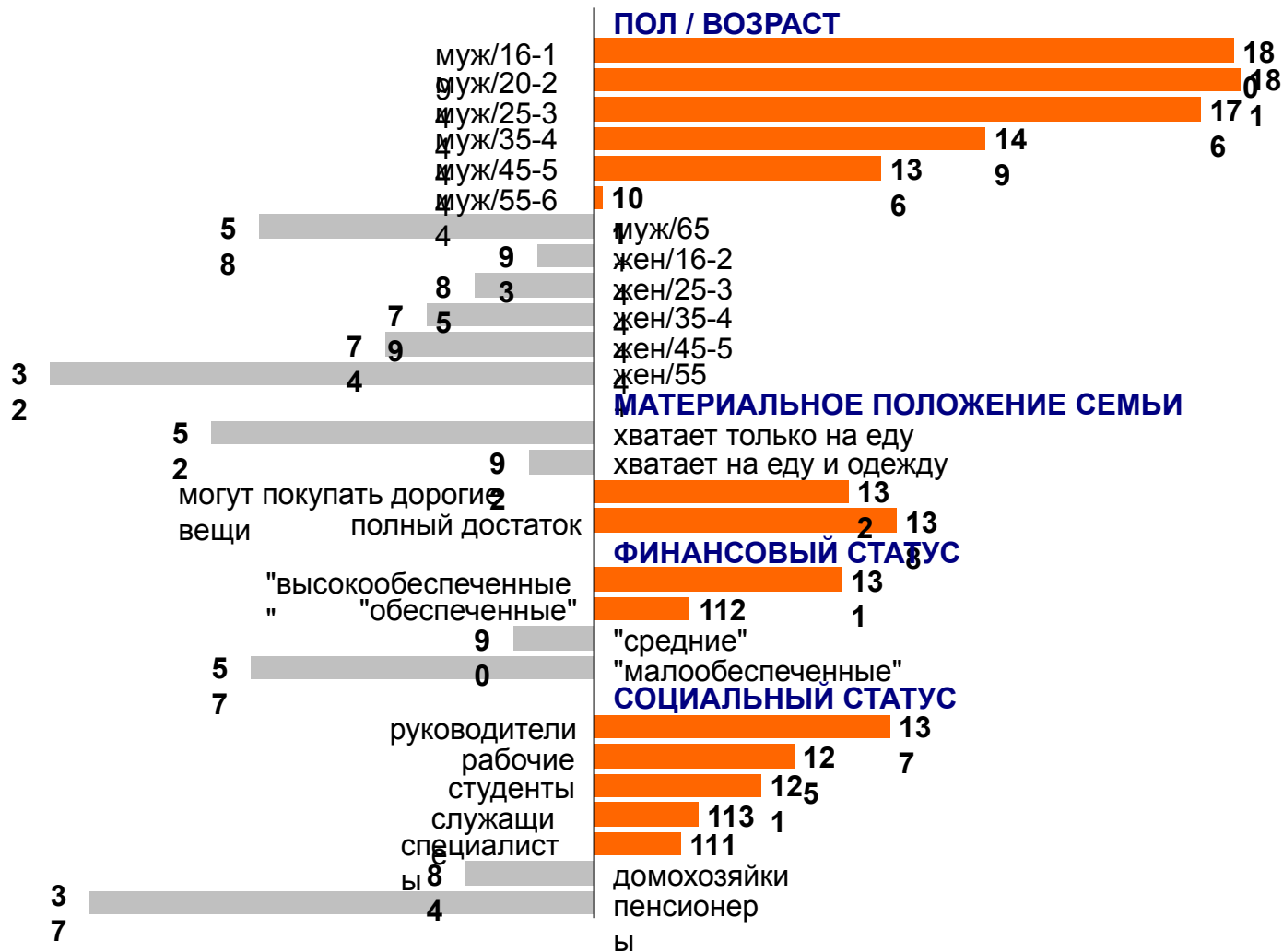
$$\text{Индекс соответствия} = \frac{17.6}{12.9} * 100 = 137$$



Профиль суммарной аудитории автомобильных изданий

МОСКВА

Affinity Index=100 (москвичи 16+)

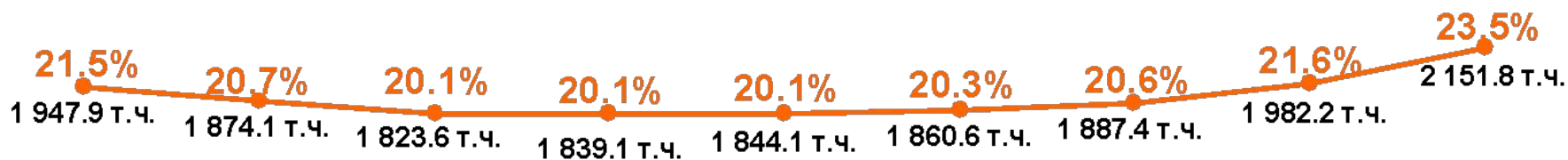


Динамика аудитории издания «Автомобили и цены»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

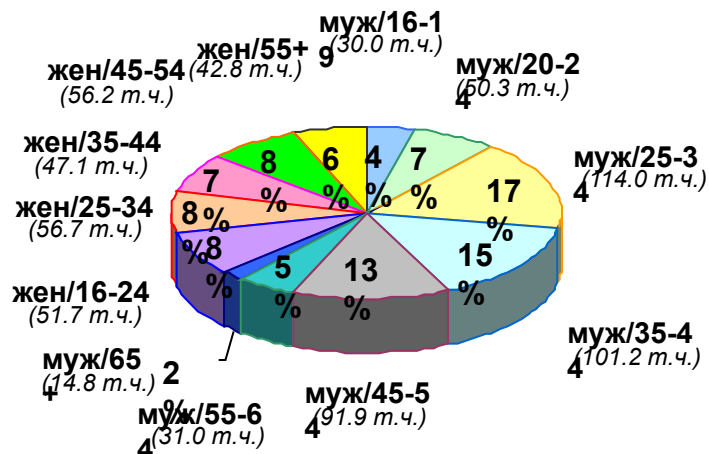
Декабрь 2008
- Апрель 2009



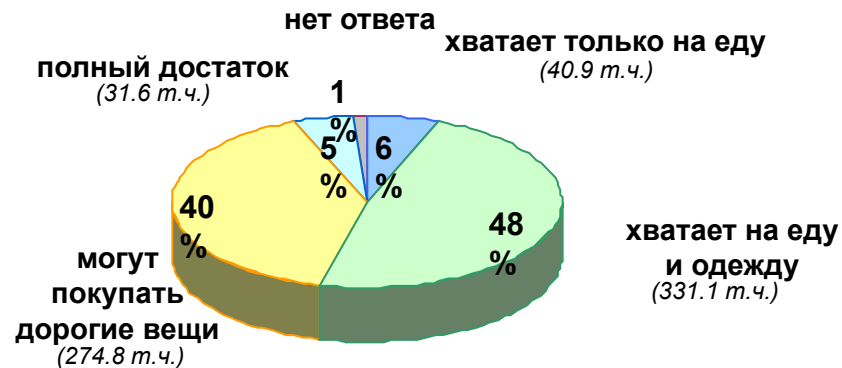
Структура аудитории издания «Автомобили и цены»

МОСКВА

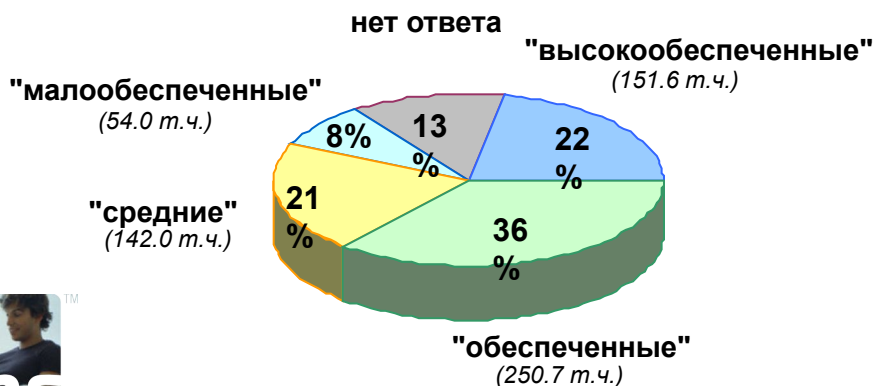
Пол / возраст



Материальное положение семьи



Финансовый статус



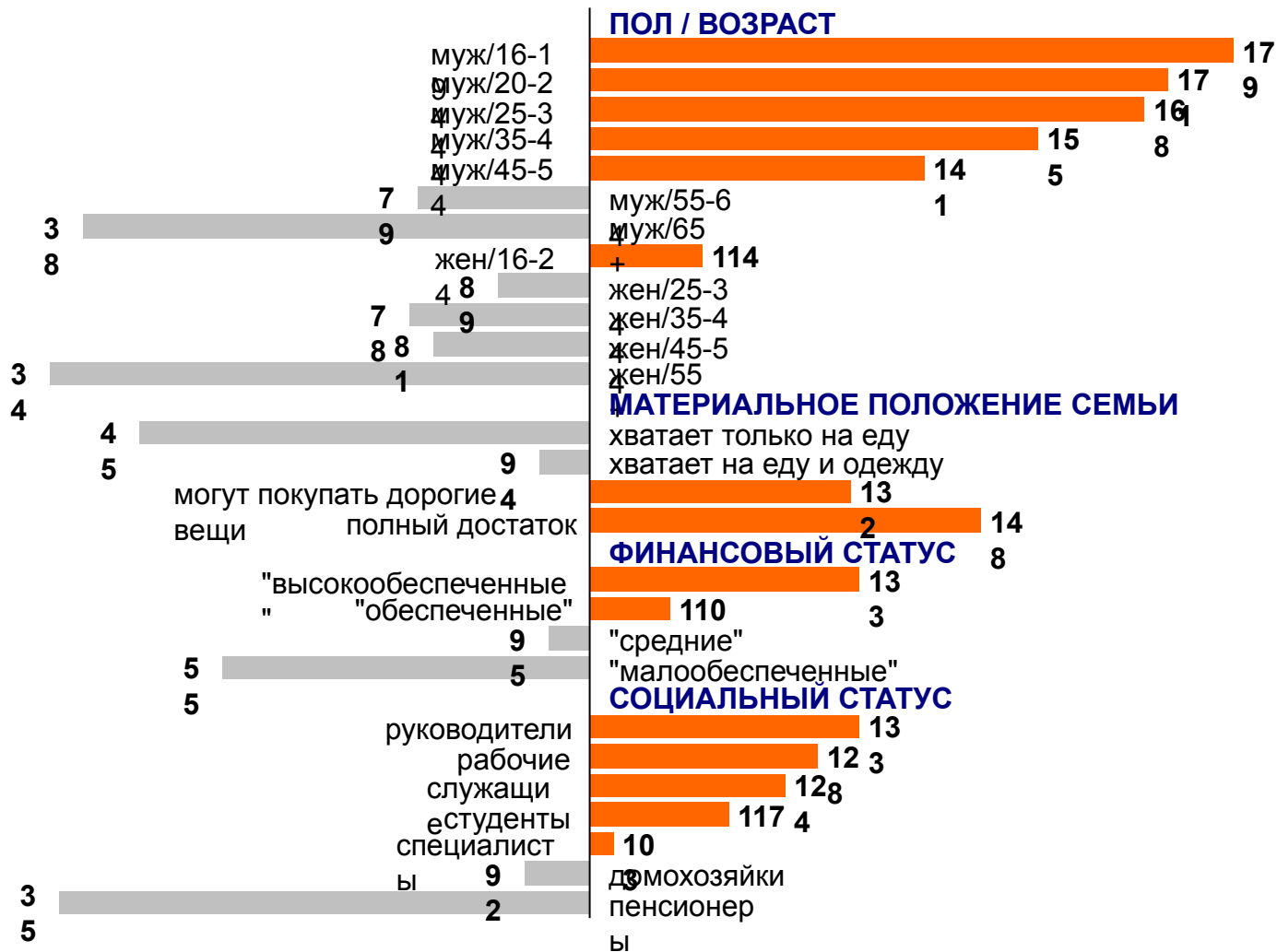
Социальный статус



Профиль аудитории издания «Автомобили и цены»

МОСКВА

Affinity Index=100 (москвичи 16+)

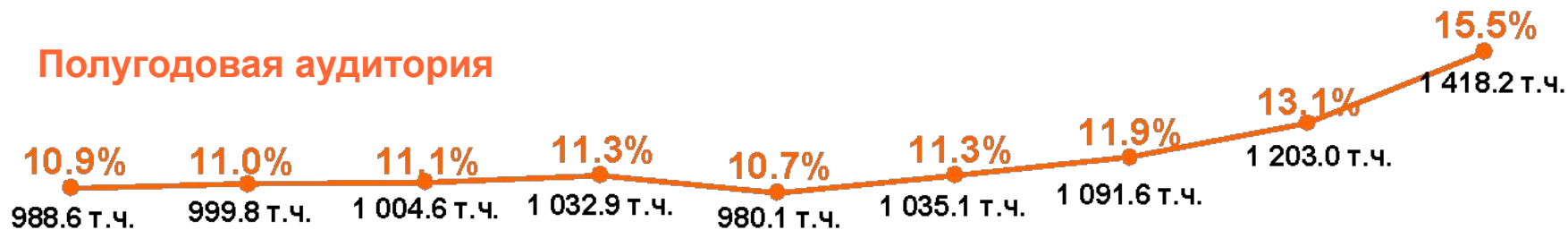


Динамика аудитории издания «Автомир»

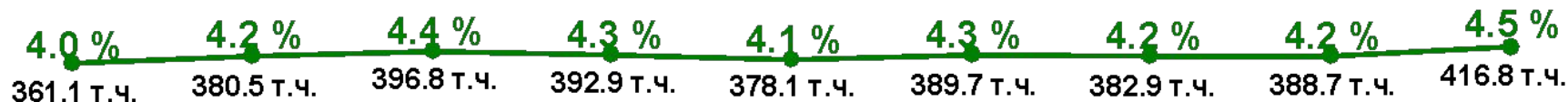
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

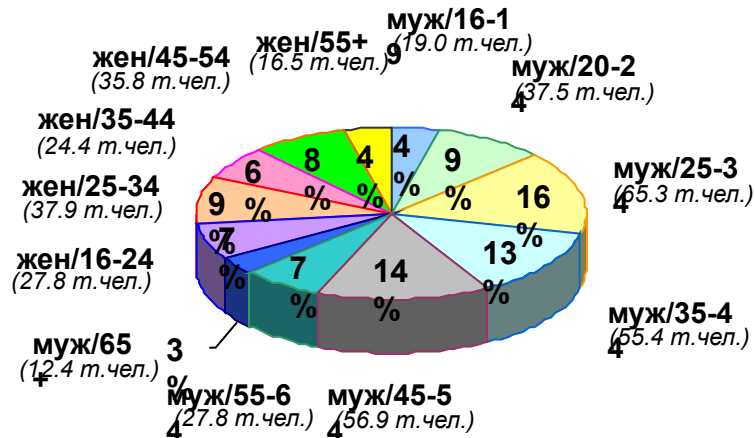
Декабрь 2008
- Апрель 2009



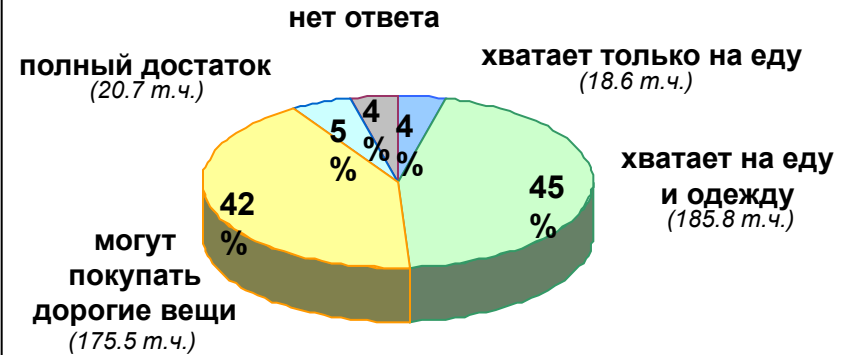
Структура аудитории издания «Автомир»

МОСКВА

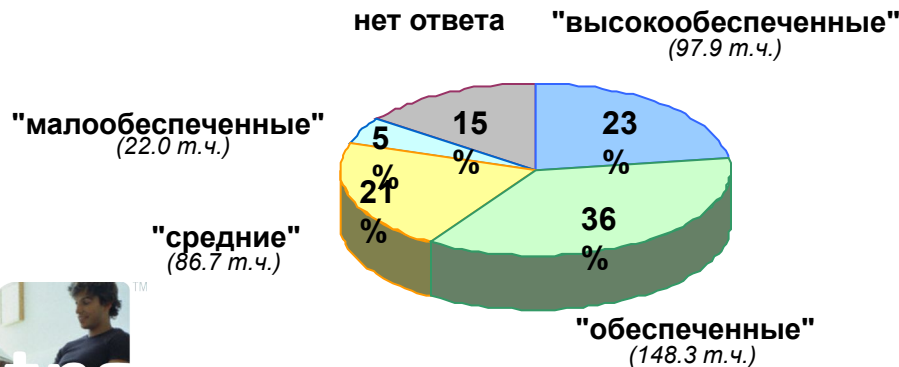
Пол / возраст



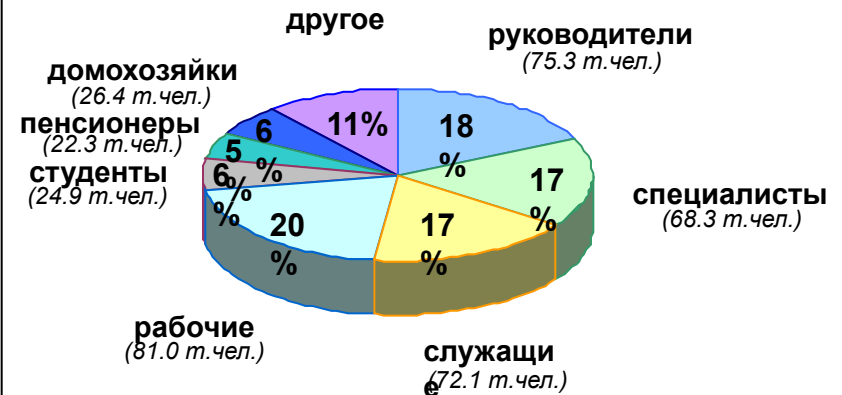
Материальное положение семьи



Финансовый статус

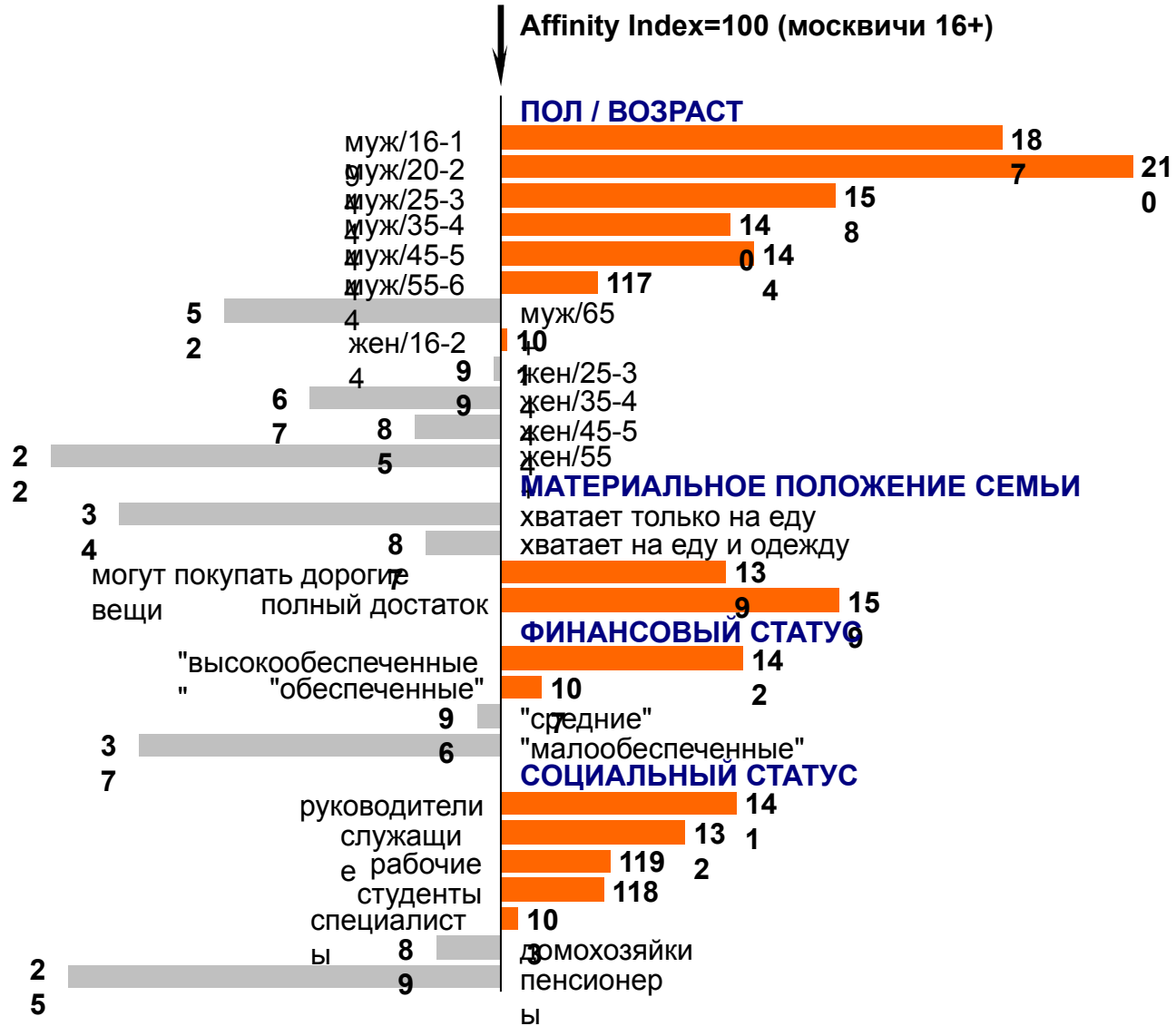


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Автомир»

МОСКВА

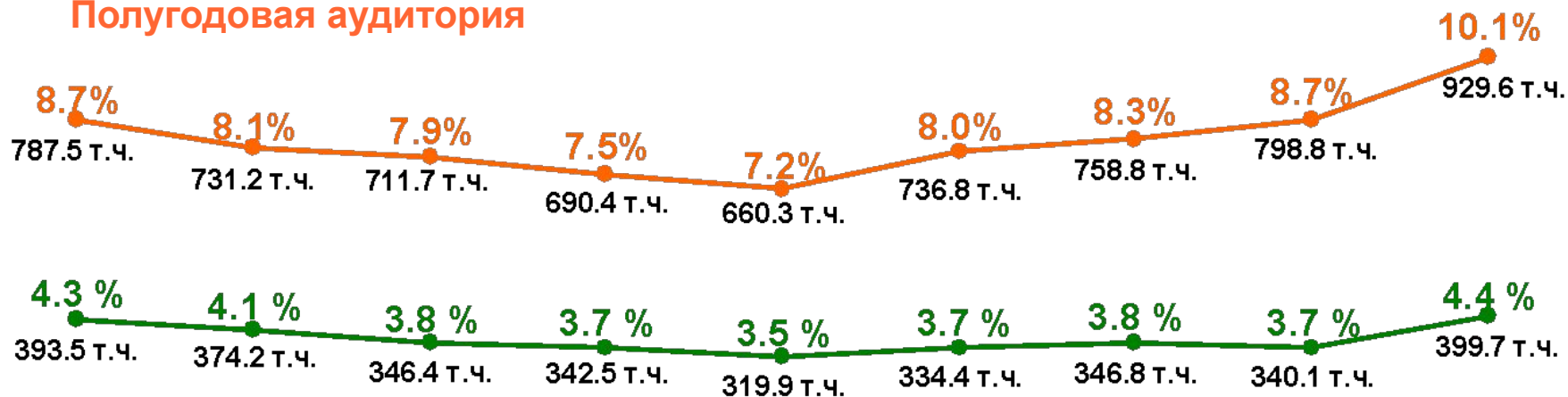


Динамика аудитории издания «Авторевю»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

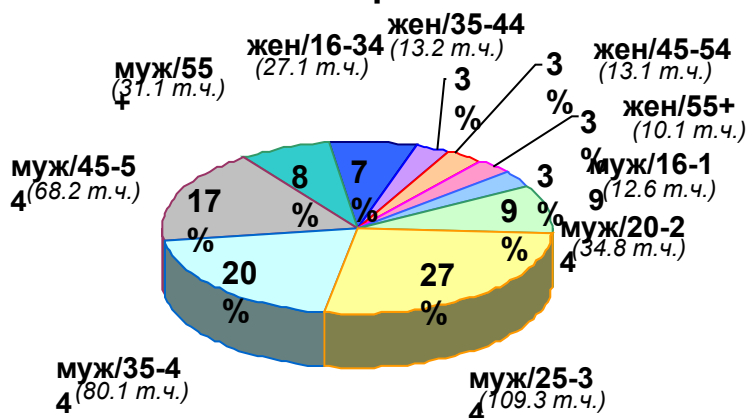
Декабрь 2006 - Апрель 2007 Март - Июль 2007 Май - Октябрь 2007 Сентябрь 2007 - Февраль 2008 Декабрь 2007 - Апрель 2008 Март - Июль 2008 Май - Октябрь 2008 Сентябрь 2008 - Февраль 2009 Декабрь 2008 - Апрель 2009



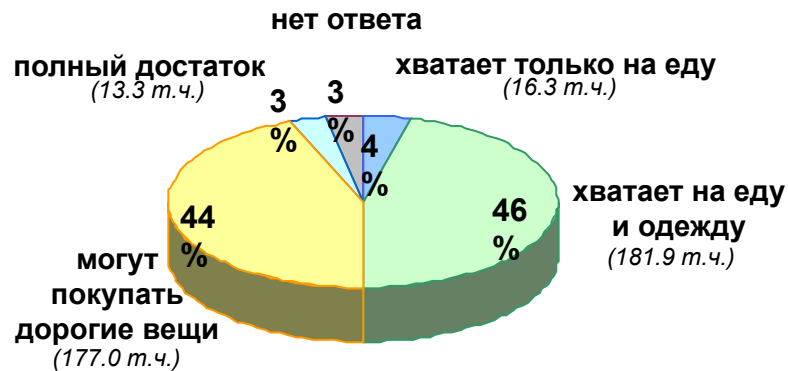
Структура аудитории издания «Авторевю»

МОСКВА

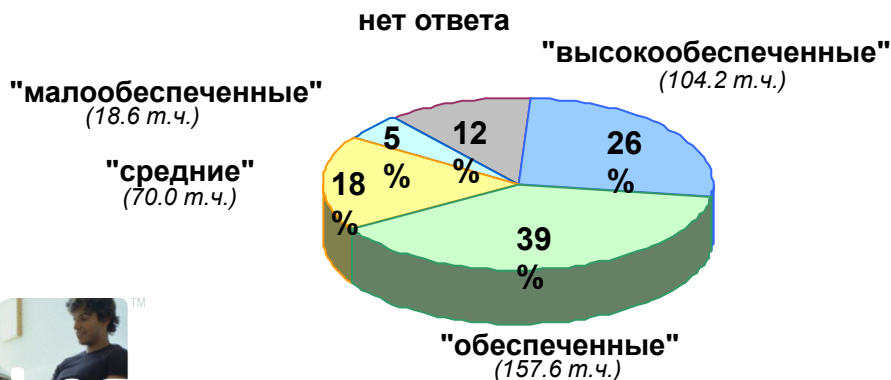
Пол / возраст



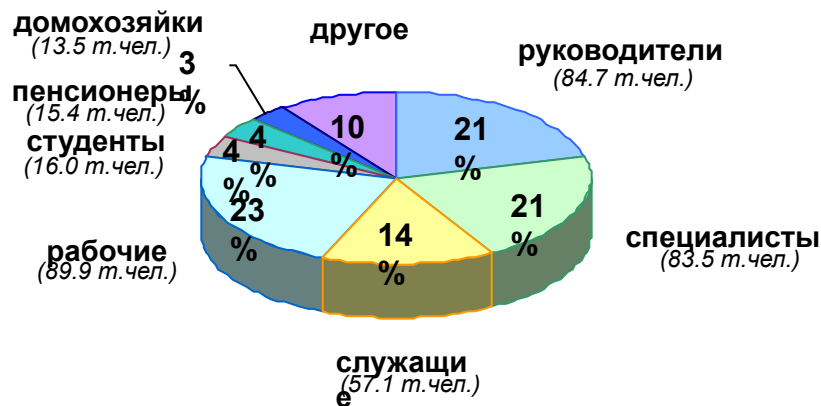
Материальное положение семьи



Финансовый статус

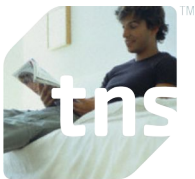
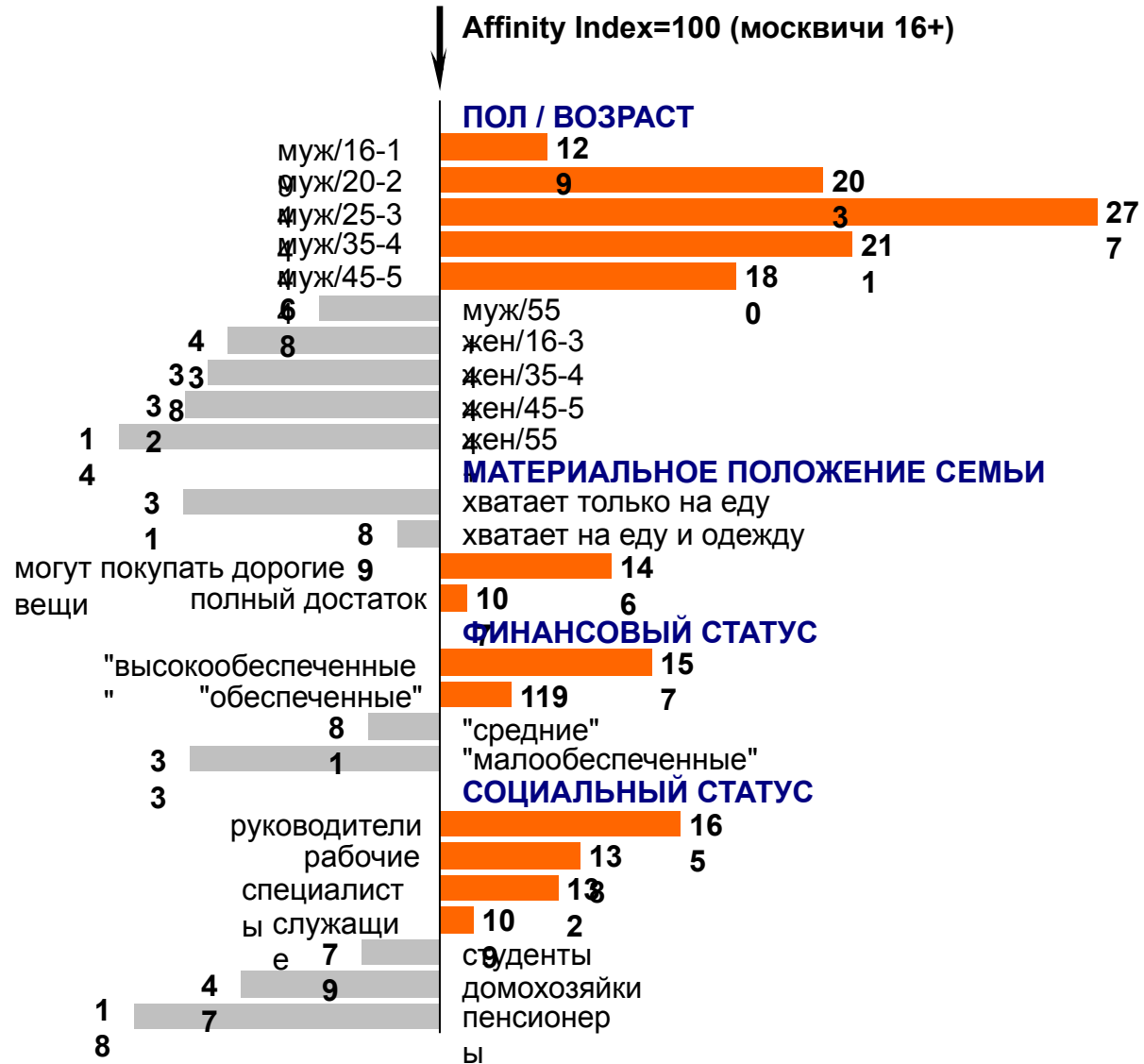


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Авторевю»

МОСКВА

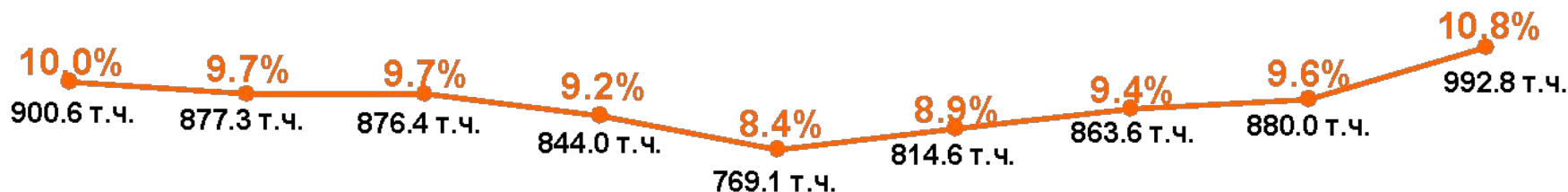


Динамика аудитории издания «Клаксон»

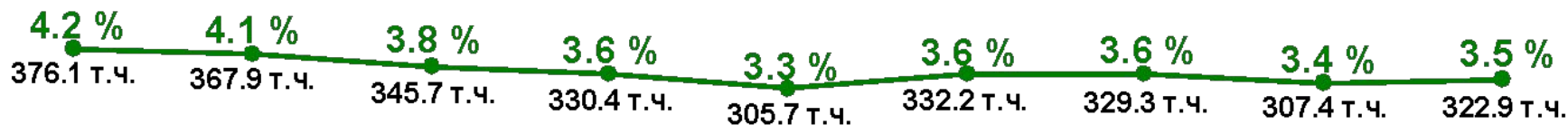
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006 - Апрель 2007

Март - Июль 2007

Май - Октябрь 2007

Сентябрь 2007 - Февраль 2008

Декабрь 2007 - Апрель 2008

Март - Июль 2008

Май - Октябрь 2008

Сентябрь 2008 - Февраль 2009

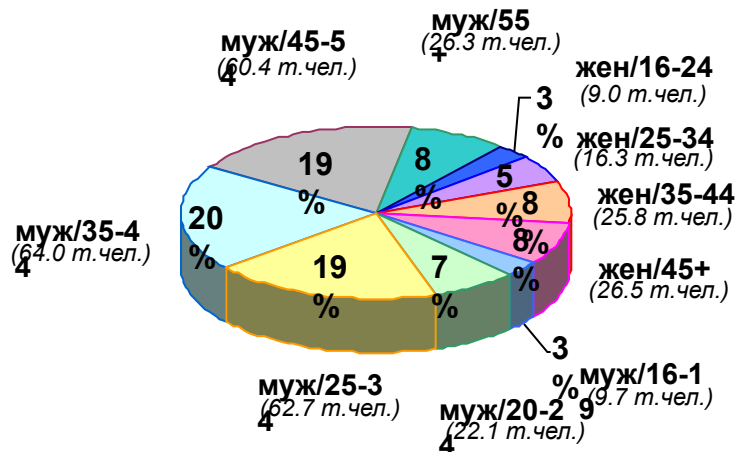
Декабрь 2008 - Апрель 2009



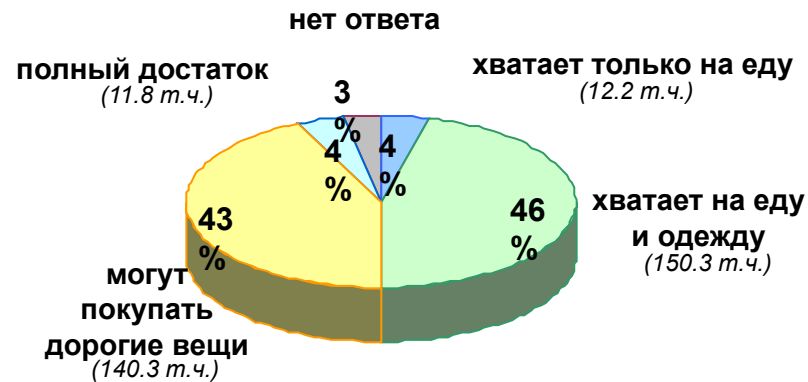
Структура аудитории издания «Клаксон»

МОСКВА

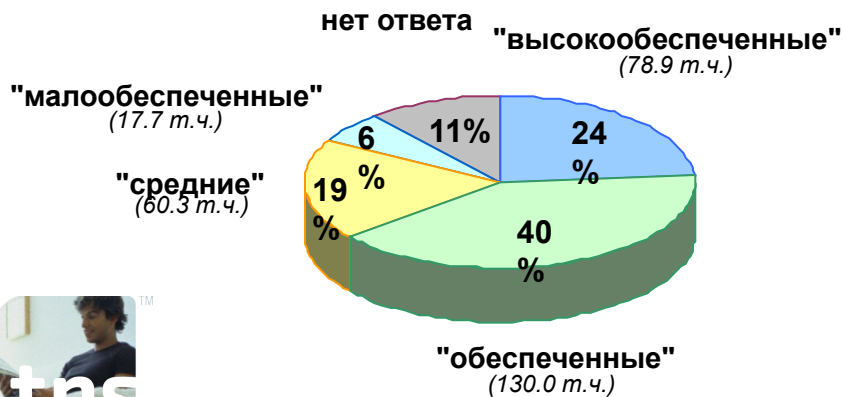
Пол / возраст



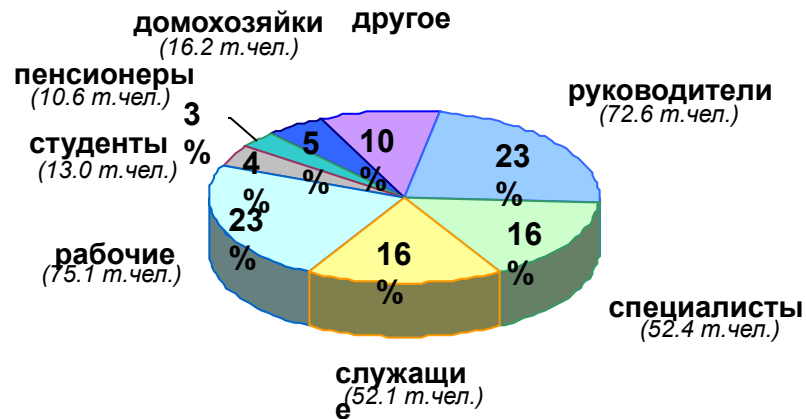
Материальное положение семьи



Финансовый статус

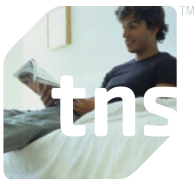
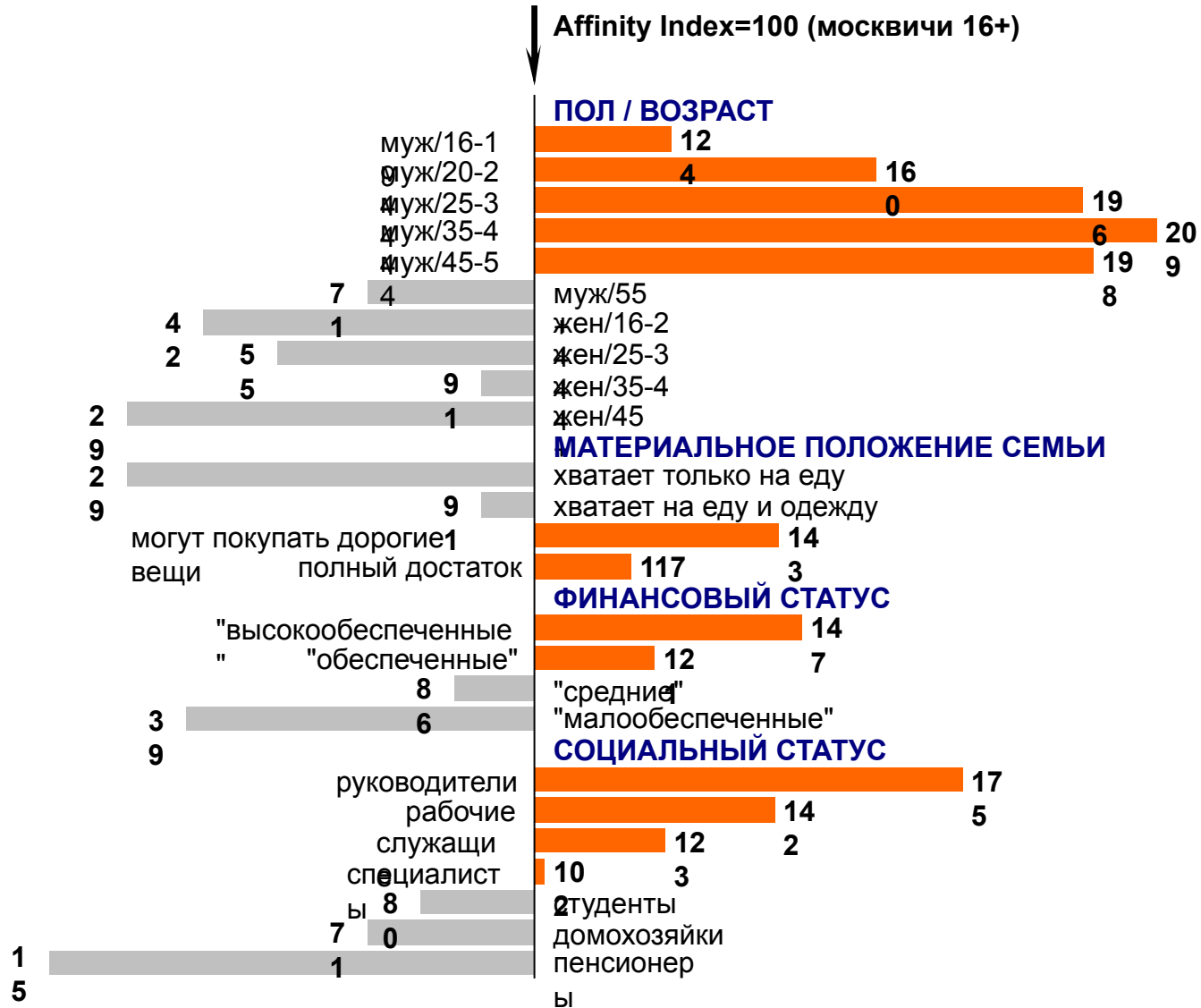


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Клаксон»

МОСКВА

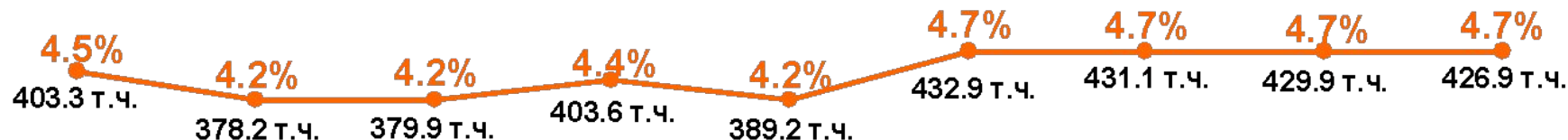


Динамика аудитории издания «За рулем*(газета)»

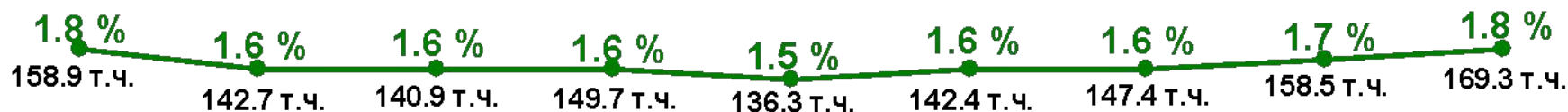
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

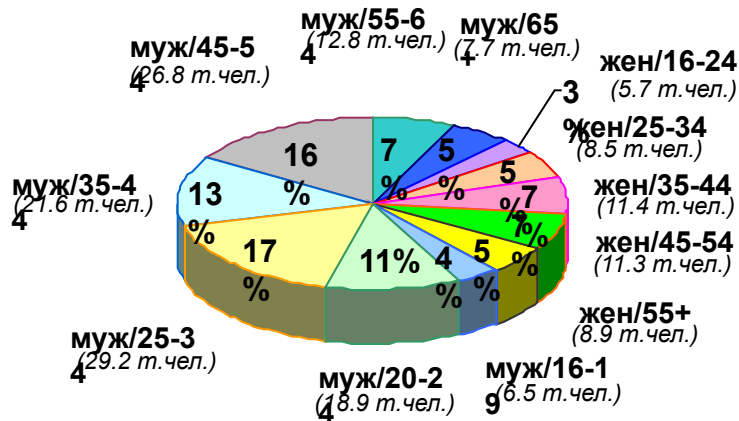
Декабрь 2008
- Апрель 2009



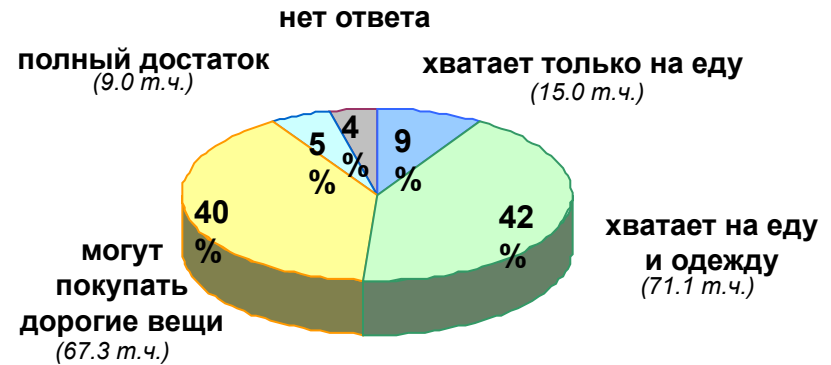
Структура аудитории издания «За рулем (газета)»

МОСКВА

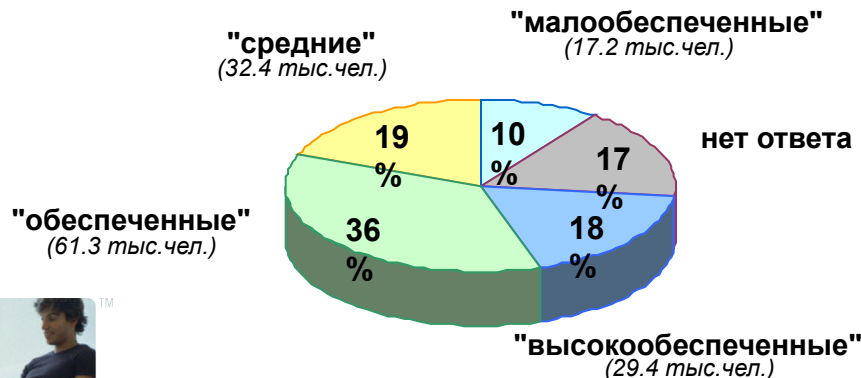
Пол / возраст



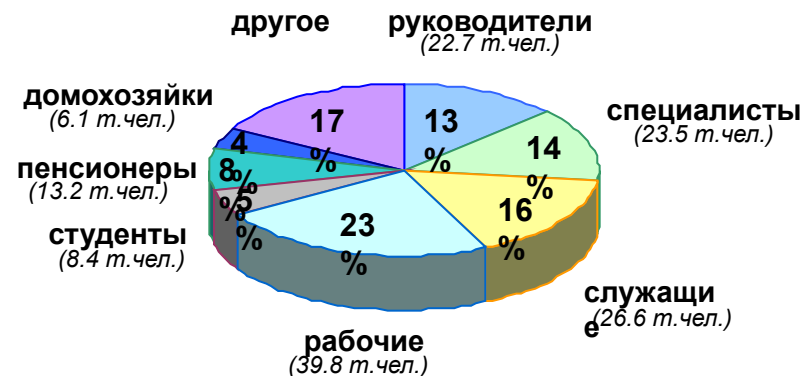
Материальное положение семьи



Финансовый статус

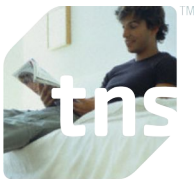


Социальный статус



Профиль аудитории издания «За рулем (газета)»

МОСКВА

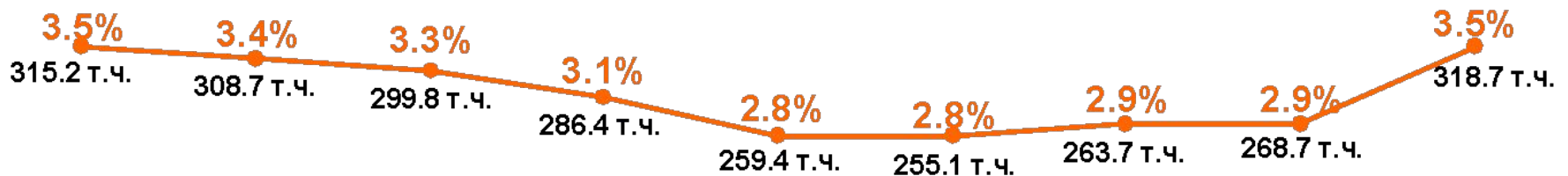


Динамика аудитории издания «МКмобиль»

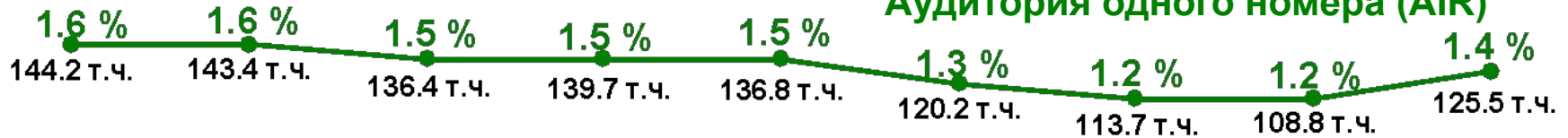
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

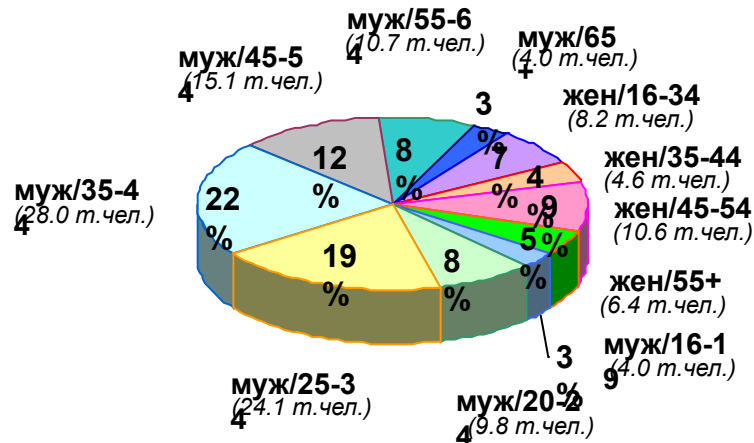
Декабрь 2008
- Апрель 2009



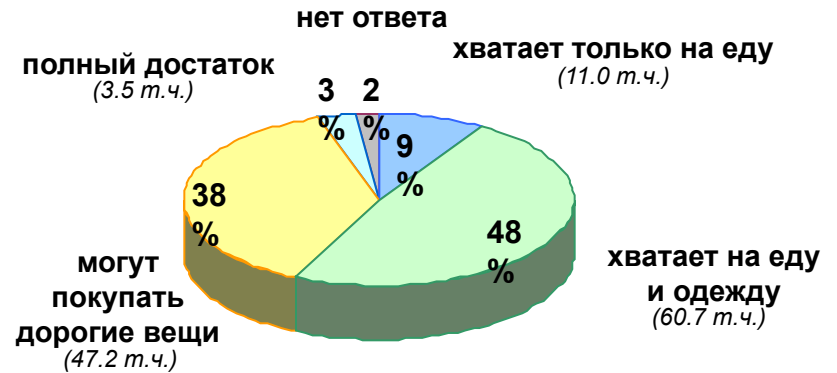
Структура аудитории издания «МКмобиль»

МОСКВА

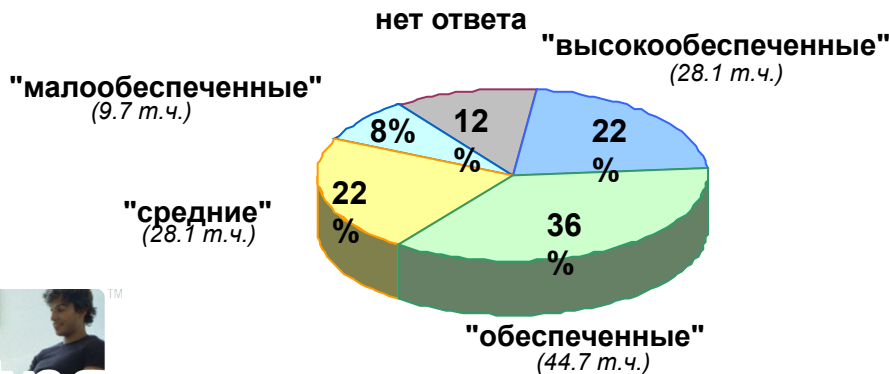
Пол / возраст



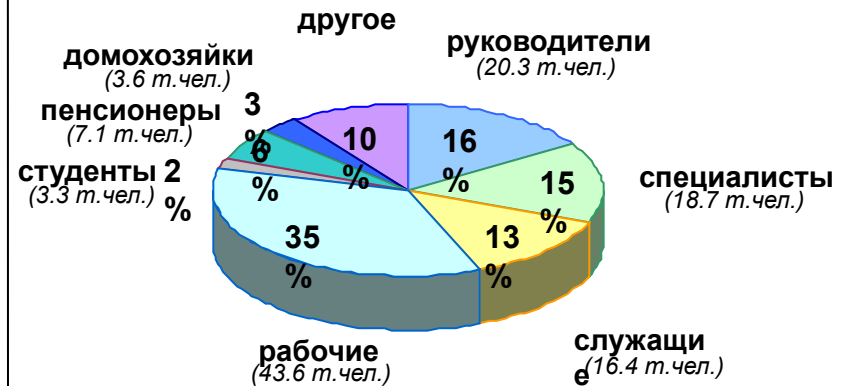
Материальное положение семьи



Финансовый статус

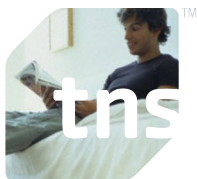
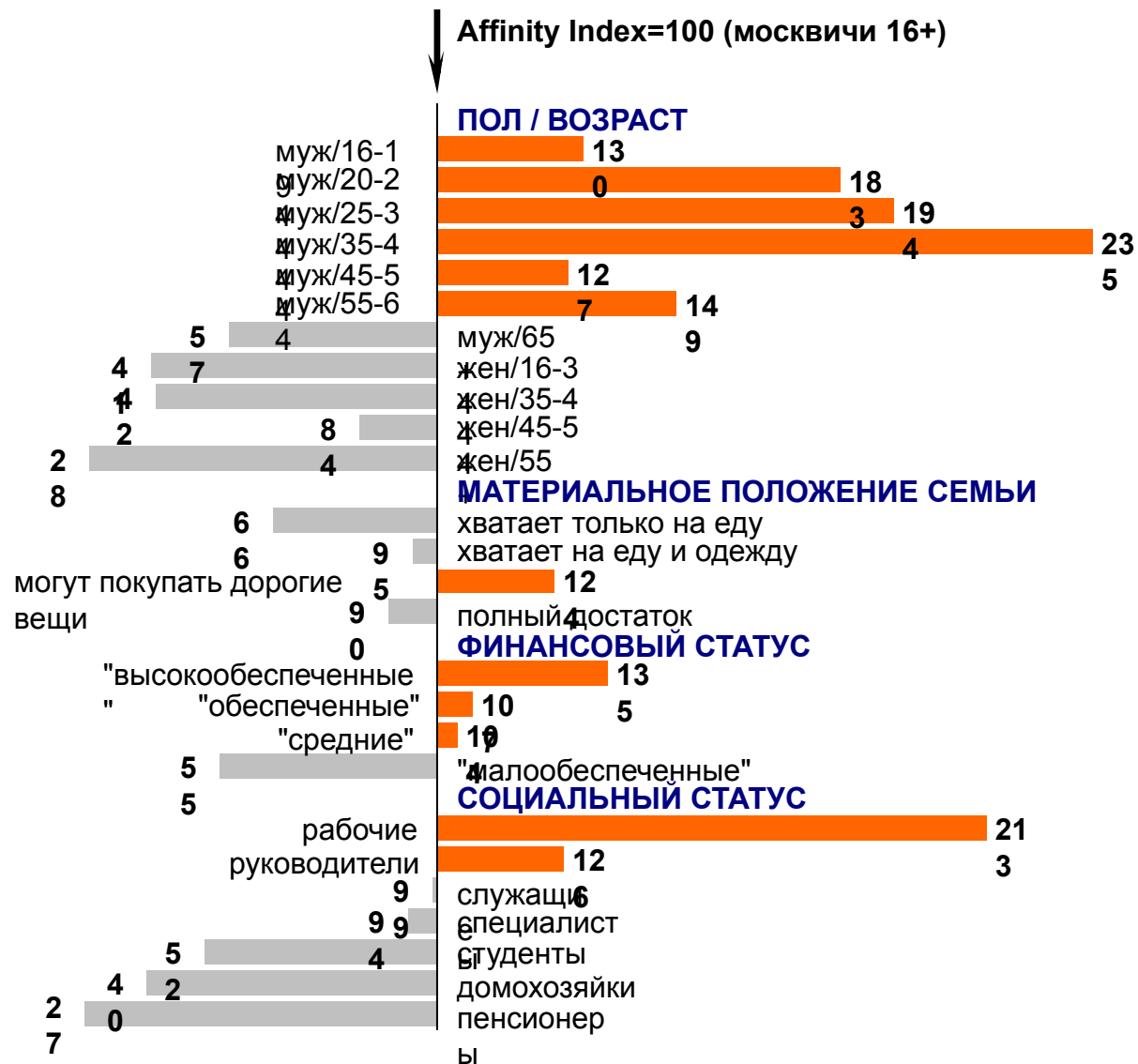


Социальный статус



Профиль аудитории издания «МКмобиль»

МОСКВА

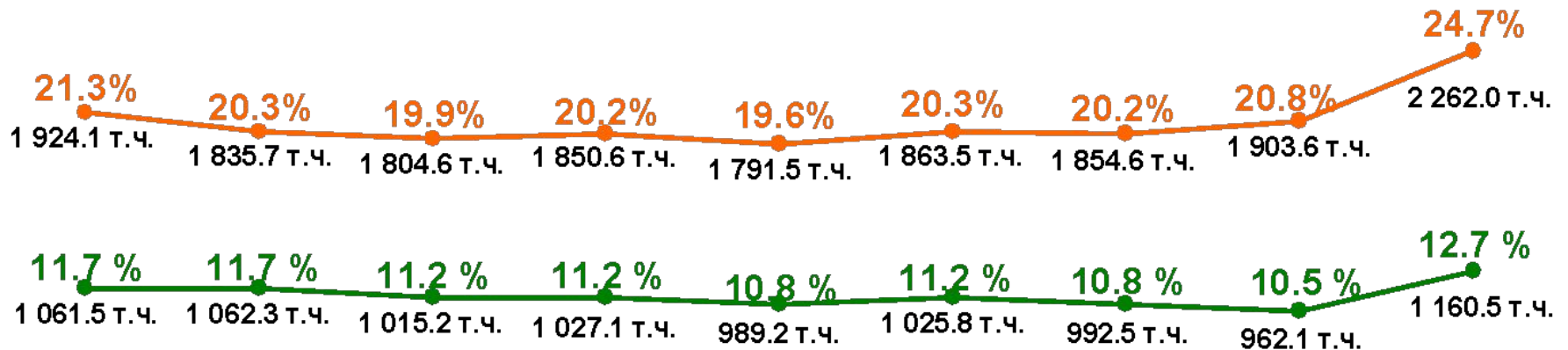


Динамика аудитории издания «За рулем»

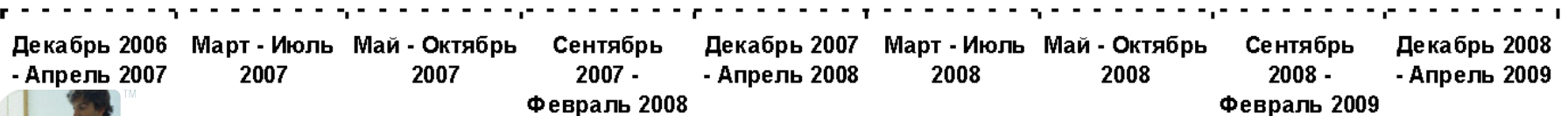
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



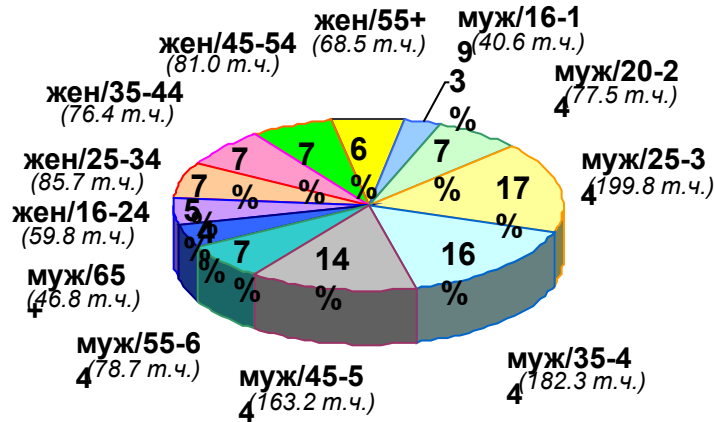
Аудитория одного номера (AIR)



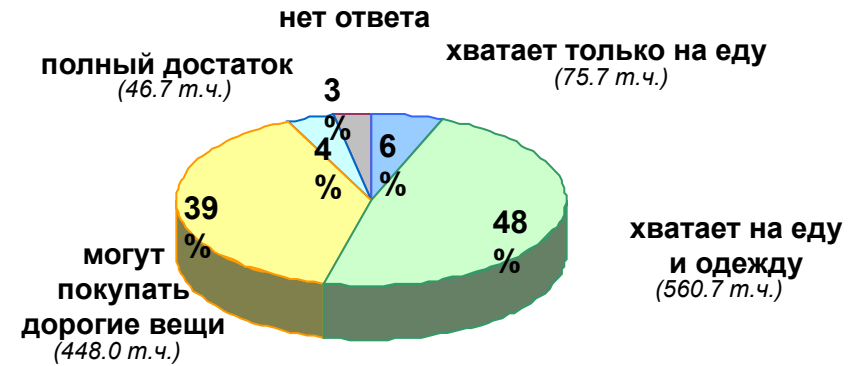
Структура аудитории издания «За рулем»

МОСКВА

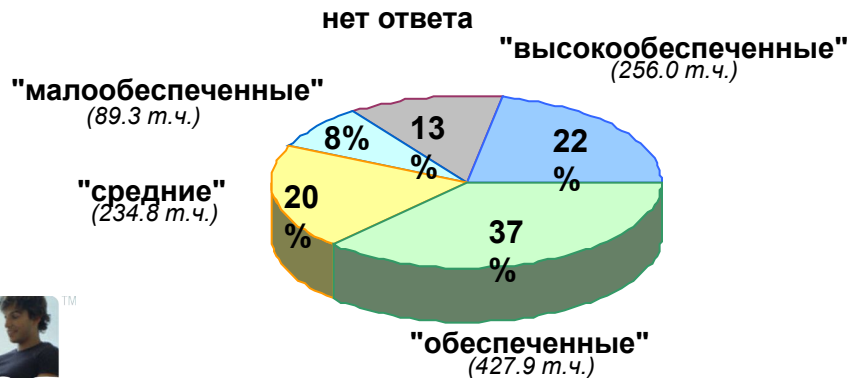
Пол / возраст



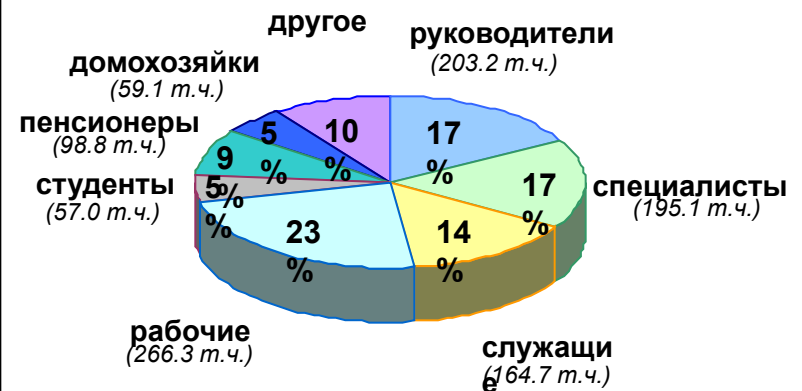
Материальное положение семьи



Финансовый статус



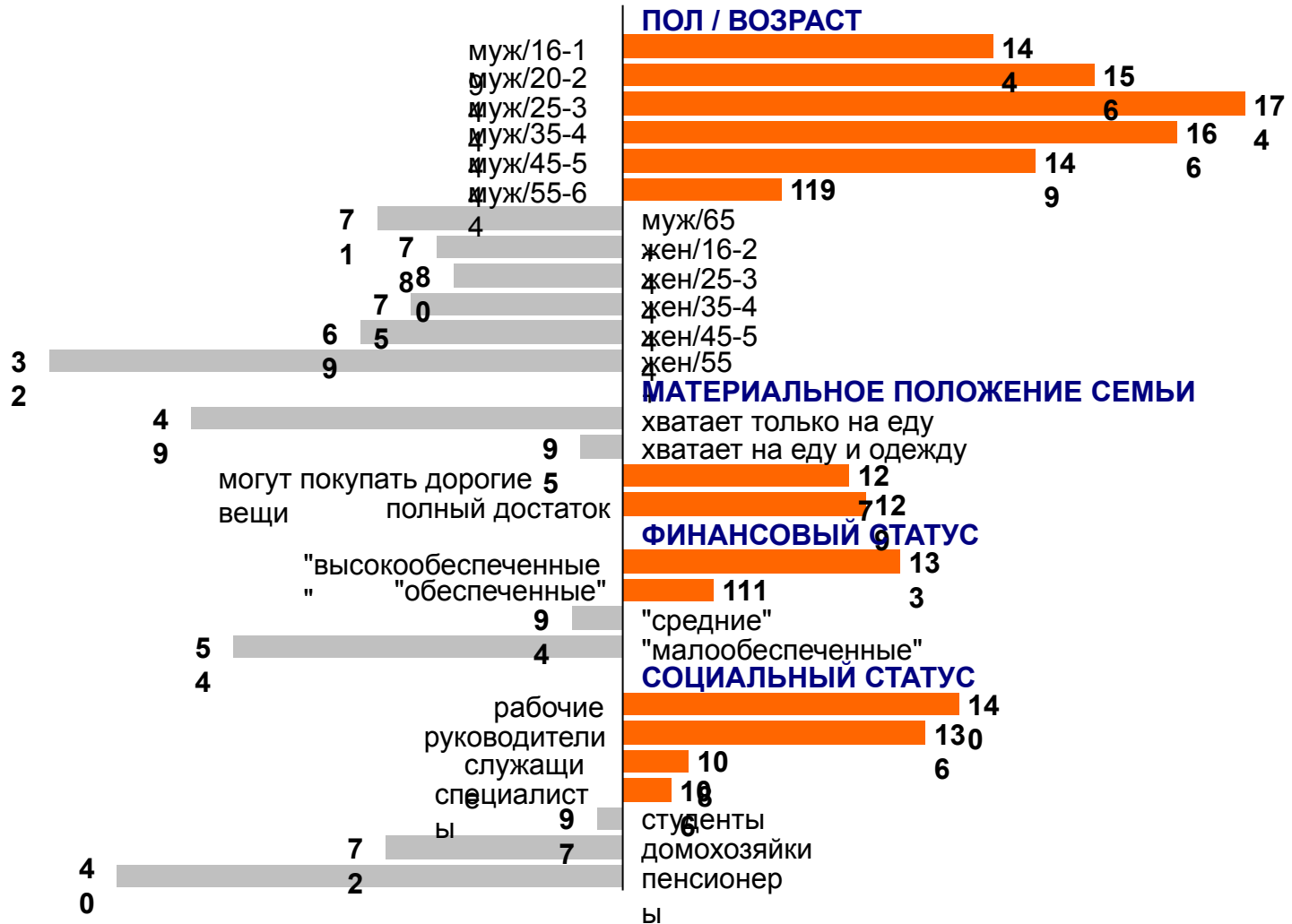
Социальный статус



Профиль аудитории издания «За рулем»

МОСКВА

Affinity Index=100 (москвичи 16+)

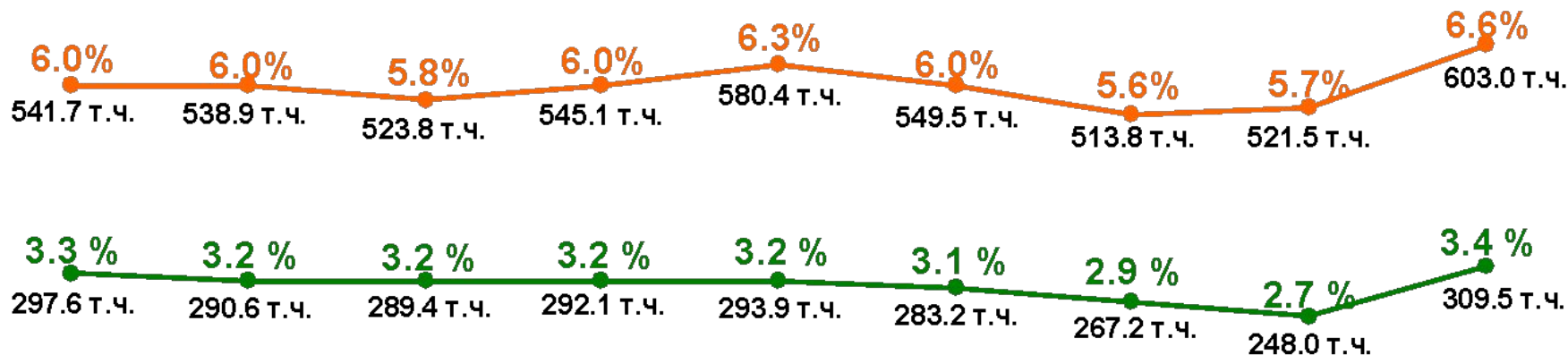


Динамика аудитории издания «Top Gear»

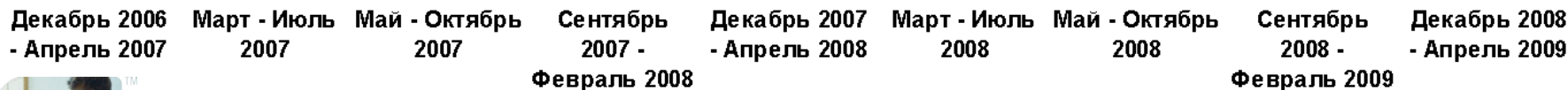
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



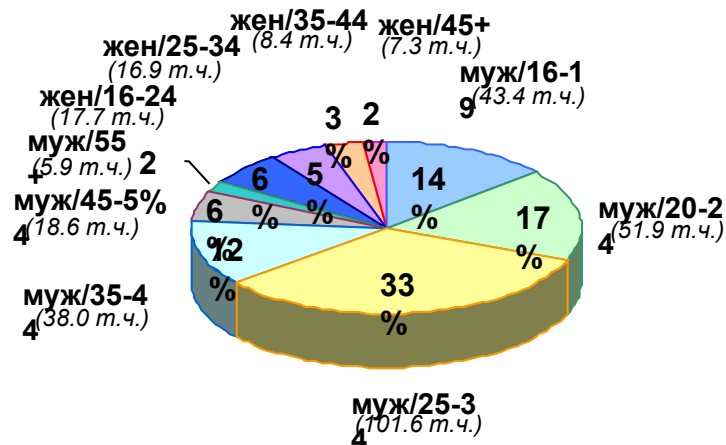
Аудитория одного номера (AIR)



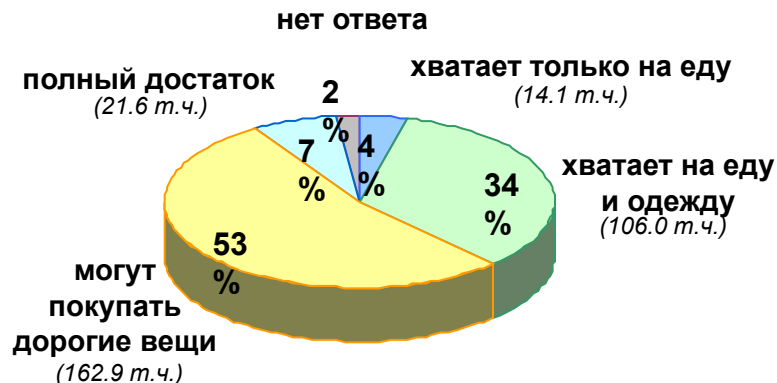
Структура аудитории издания «Top Gear»

МОСКВА

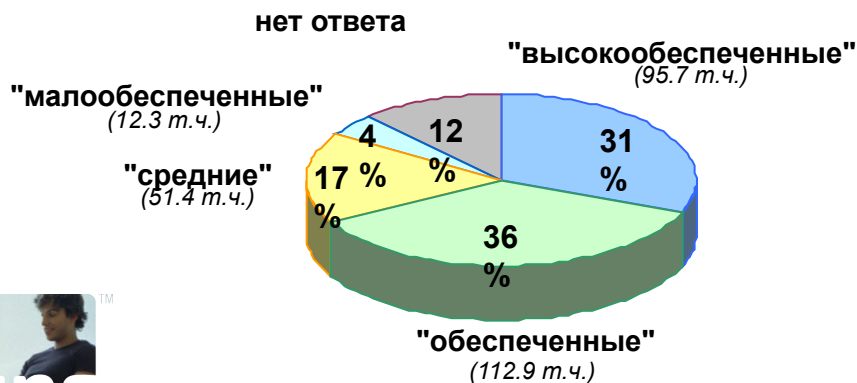
Пол / возраст



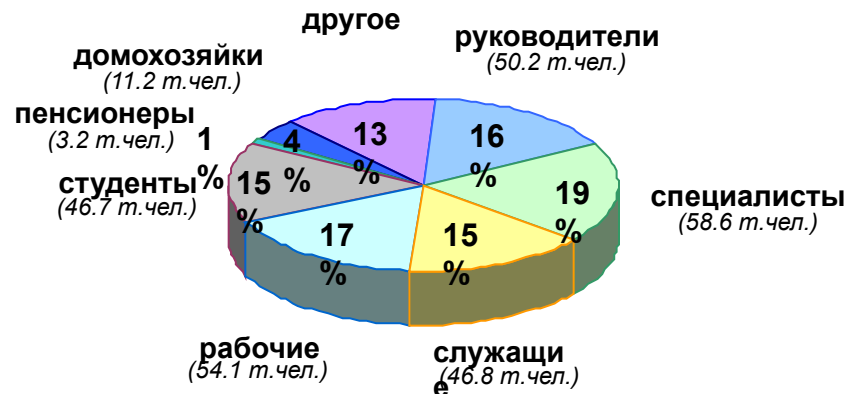
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус

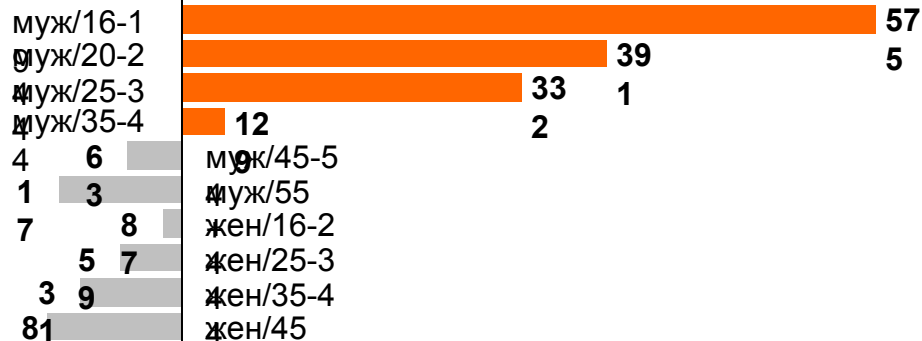


Профиль аудитории издания «Top Gear»

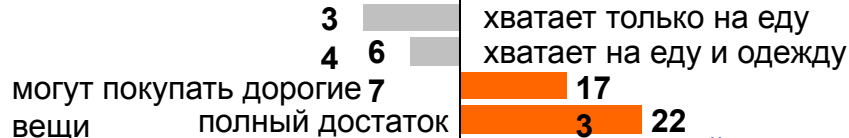
МОСКВА

Affinity Index=100 (москвичи 16+)

ПОЛ / ВОЗРАСТ



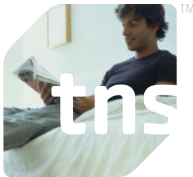
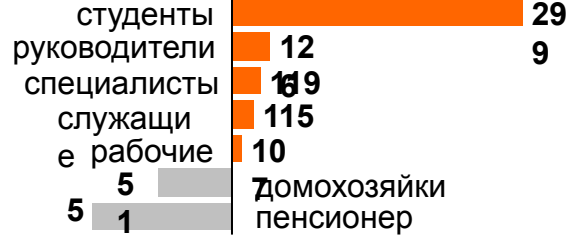
МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

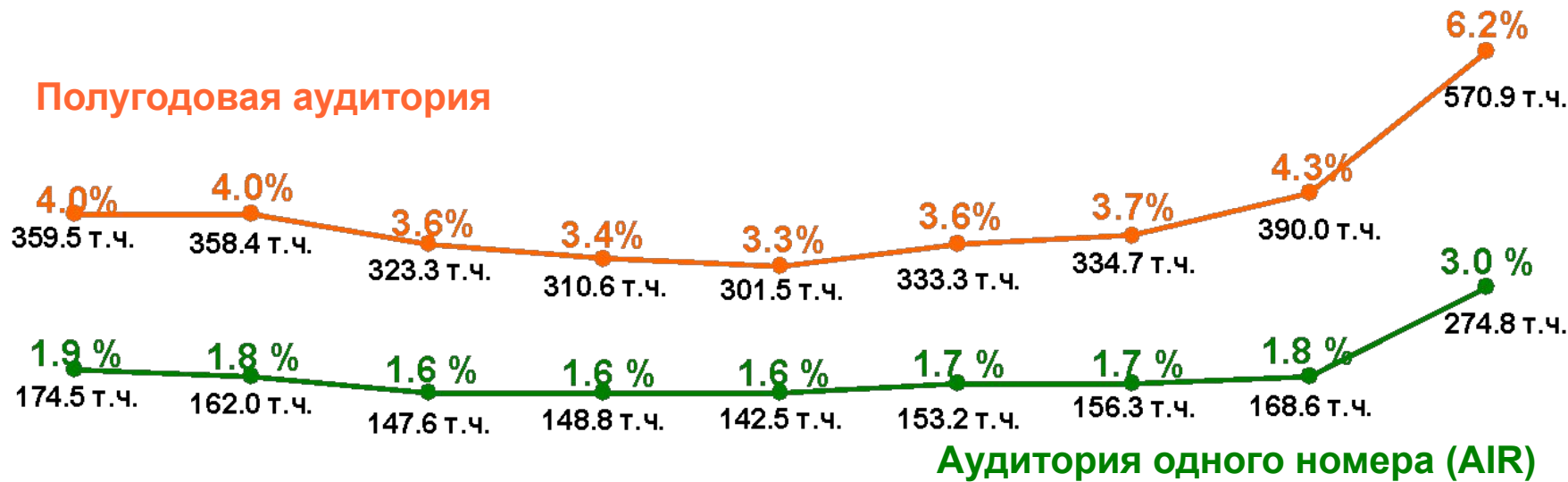


Динамика аудитории издания «Автомобили»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

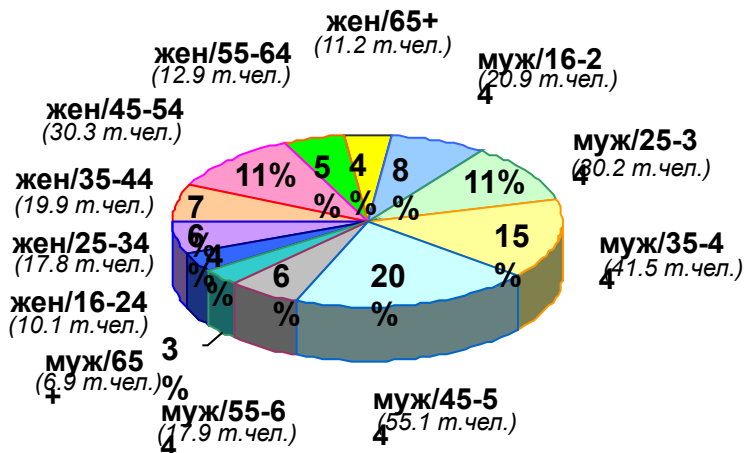
Декабрь 2008
- Апрель 2009



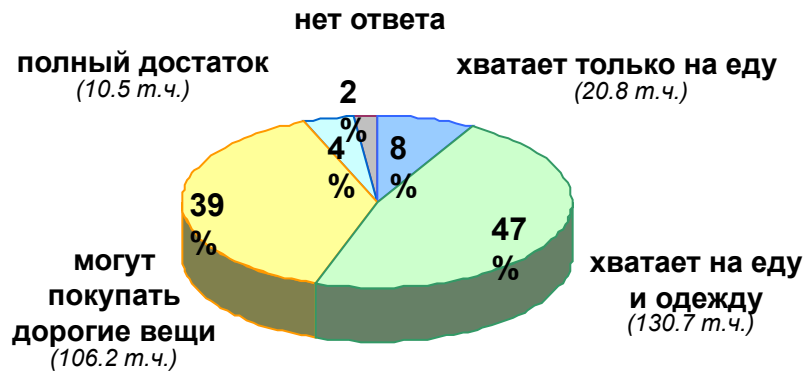
Структура аудитории издания «Автомобили»

МОСКВА

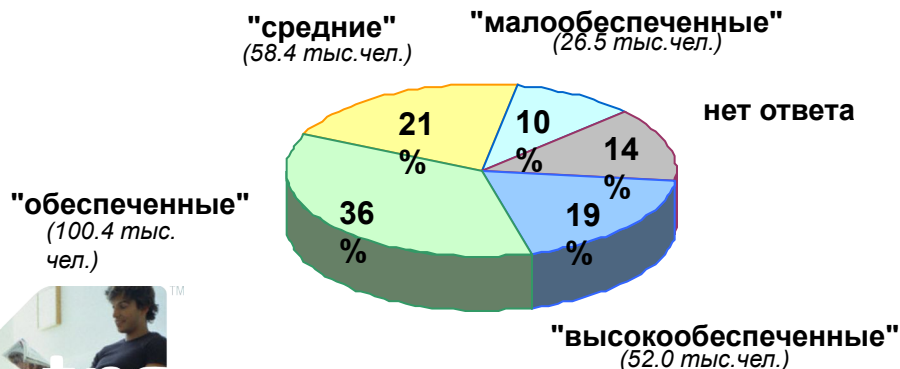
Пол / возраст



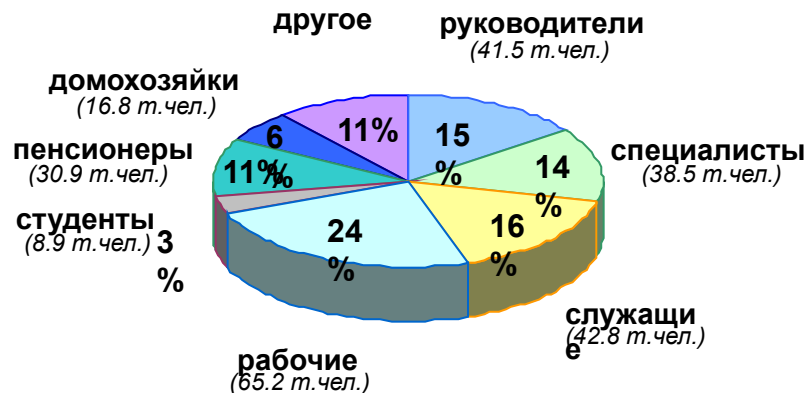
Материальное положение семьи



Финансовый статус

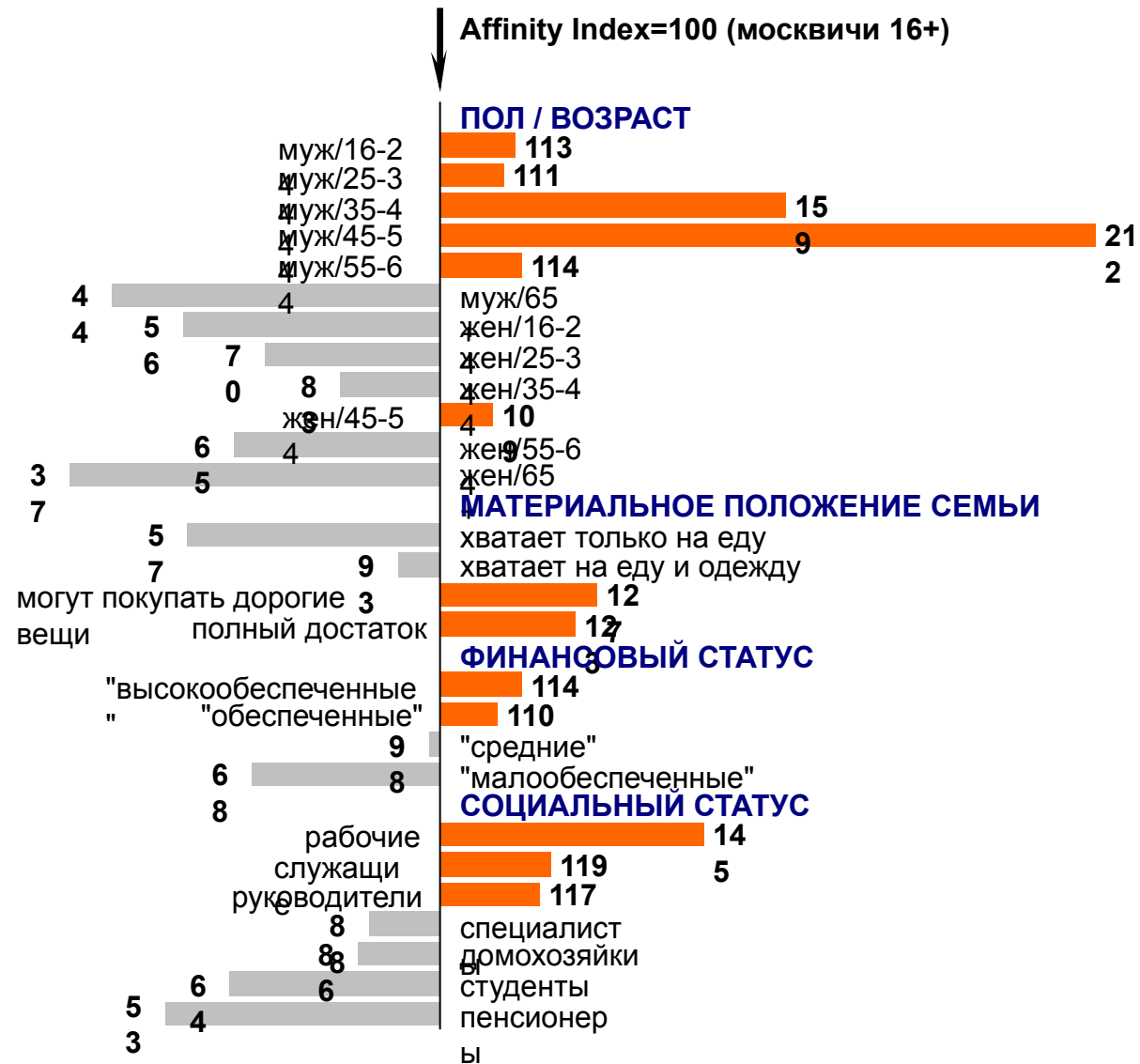


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Автомобили»

МОСКВА

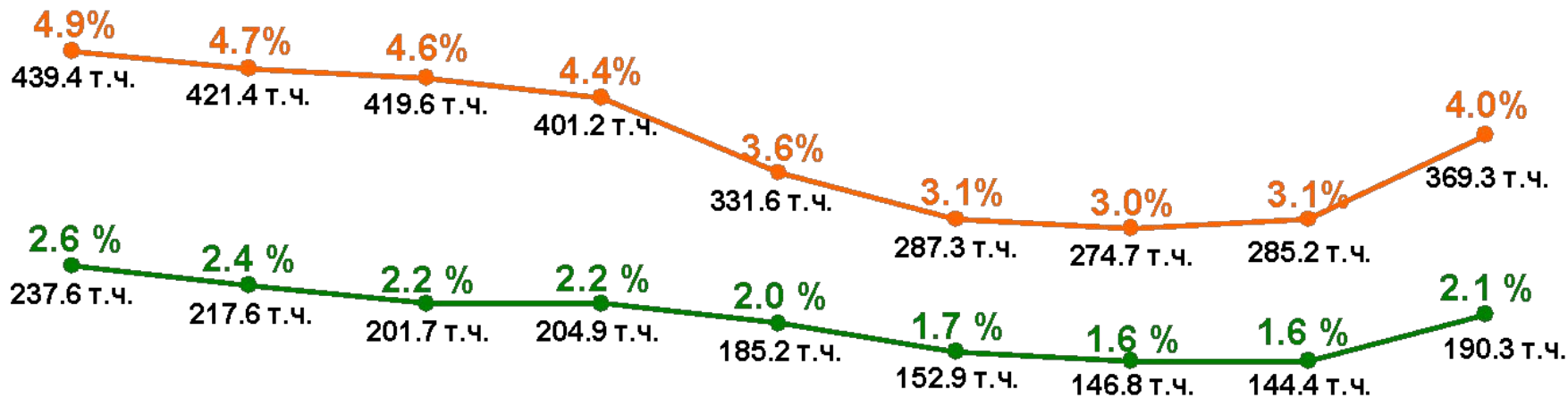


Динамика аудитории издания «Тюнинг автомобилей»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

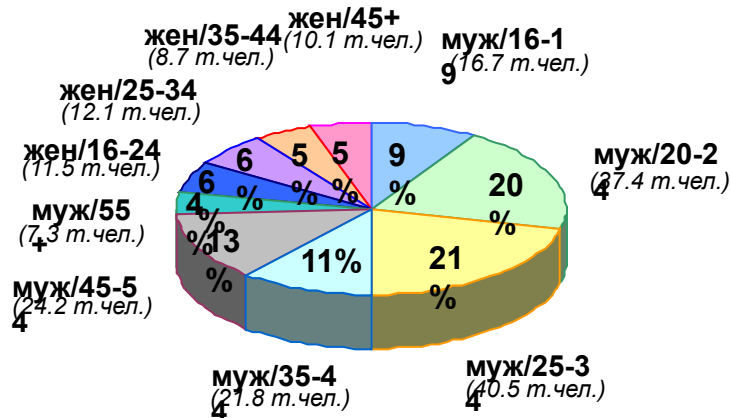
Декабрь 2006 - Апрель 2007 Март - Июль 2007 Май - Октябрь 2007 Сентябрь 2007 - Февраль 2008 Декабрь 2007 - Апрель 2008 Март - Июль 2008 Май - Октябрь 2008 Сентябрь 2008 - Февраль 2009 Декабрь 2008 - Апрель 2009



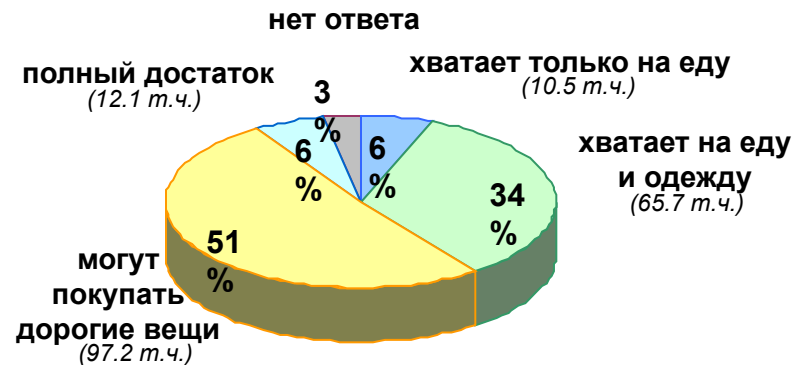
Структура аудитории издания «Тюнинг автомобилей»

МОСКВА

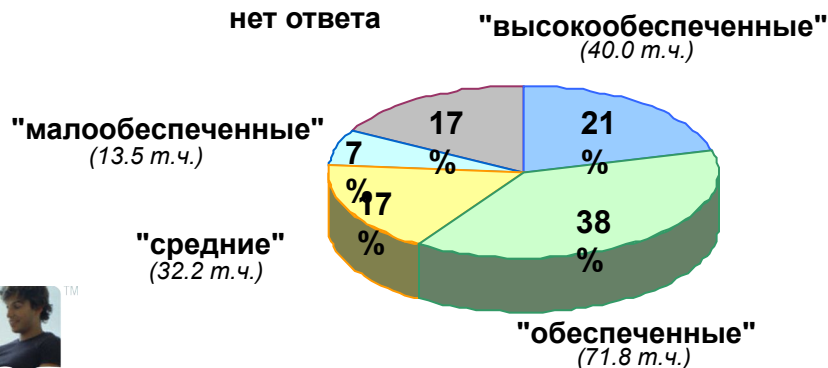
Пол / возраст



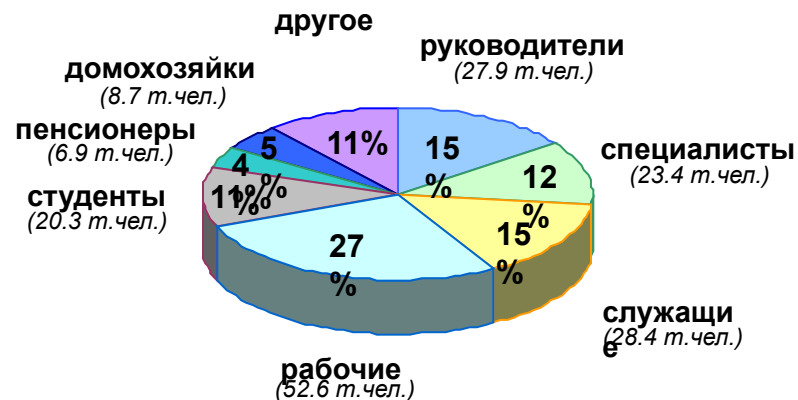
Материальное положение семьи



Финансовый статус

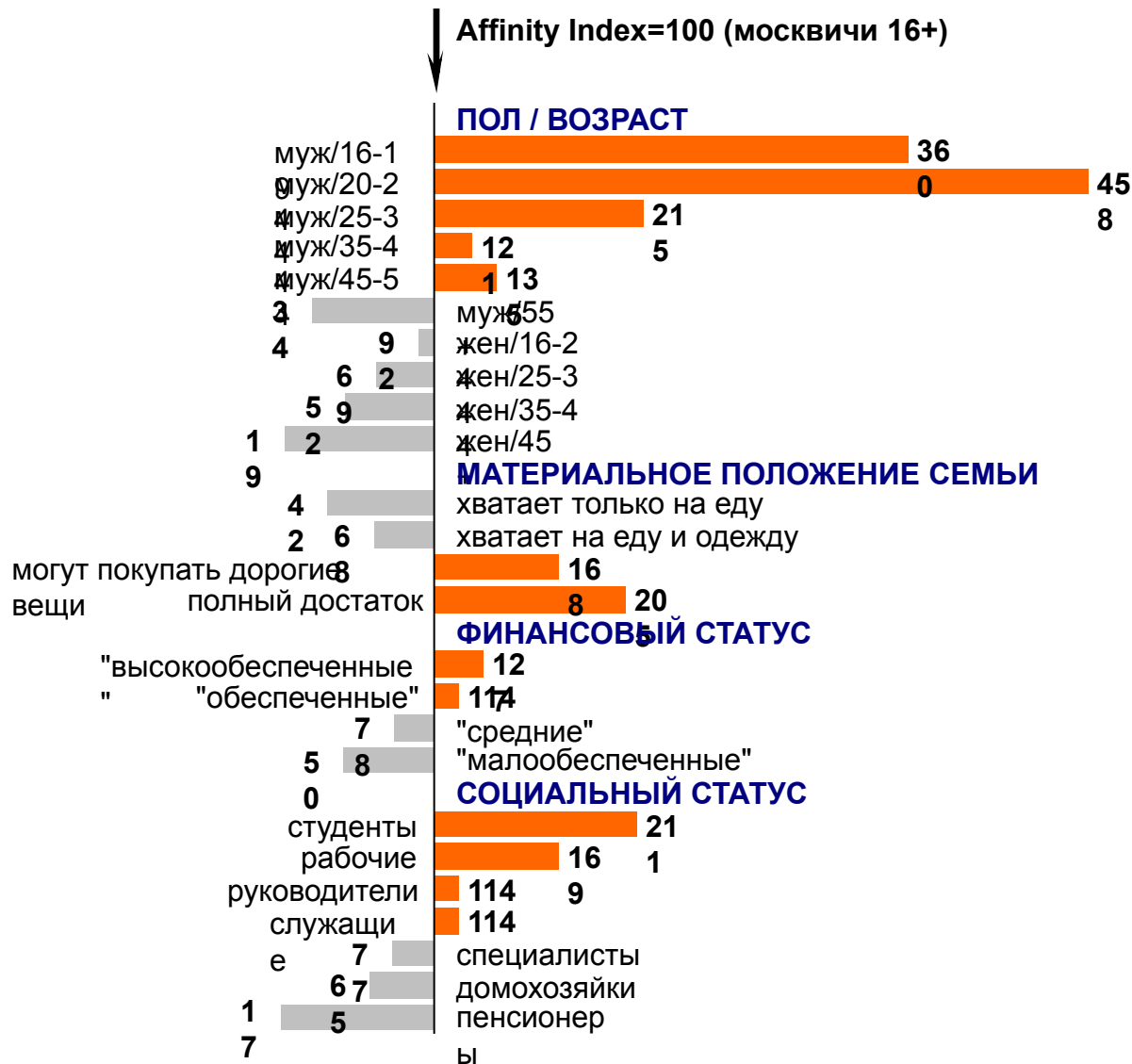


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Тюнинг автомобилей»

МОСКВА

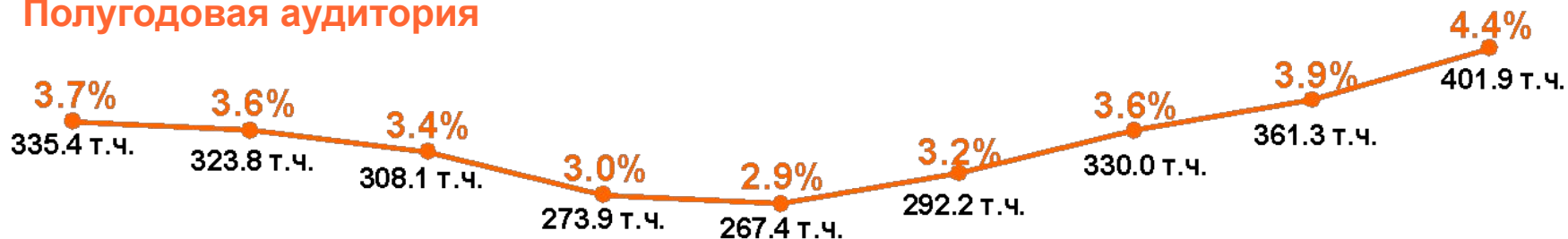


Динамика аудитории издания «Пятое колесо»

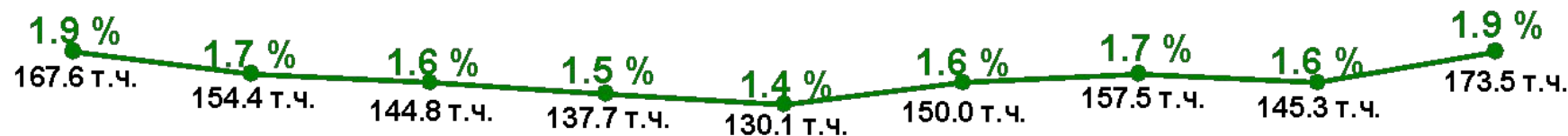
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

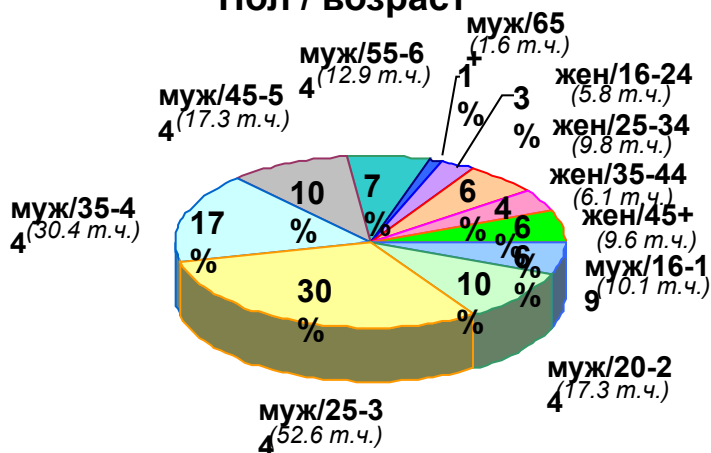
Декабрь 2008
- Апрель 2009



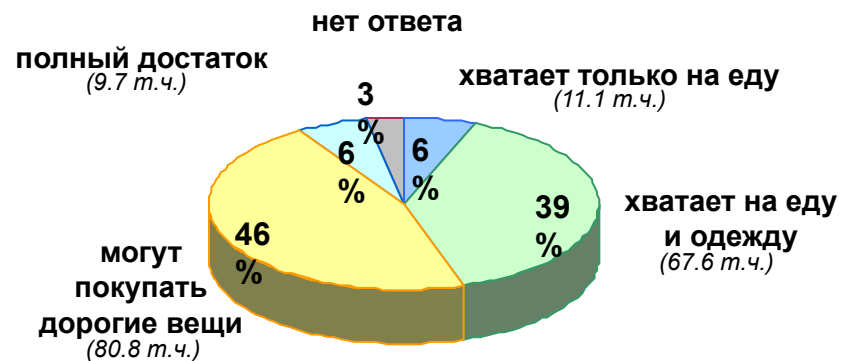
Структура аудитории издания «Пятое*колесо»

МОСКВА

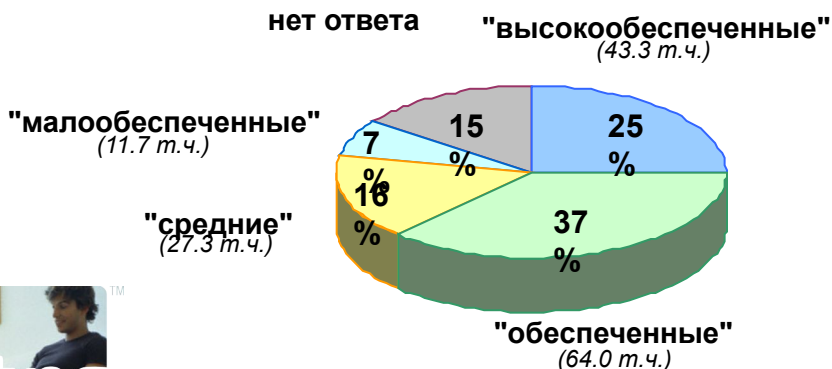
Пол / возраст



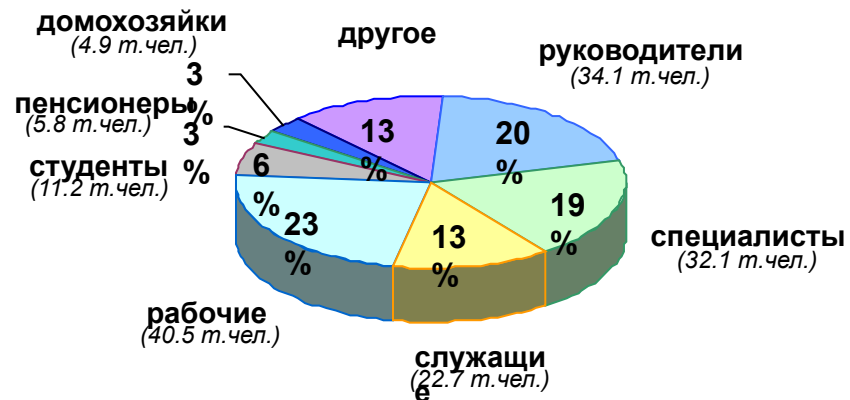
Материальное положение семьи



Финансовый статус

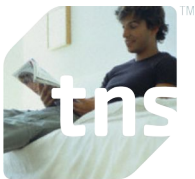


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Пятое Колесо»

МОСКВА

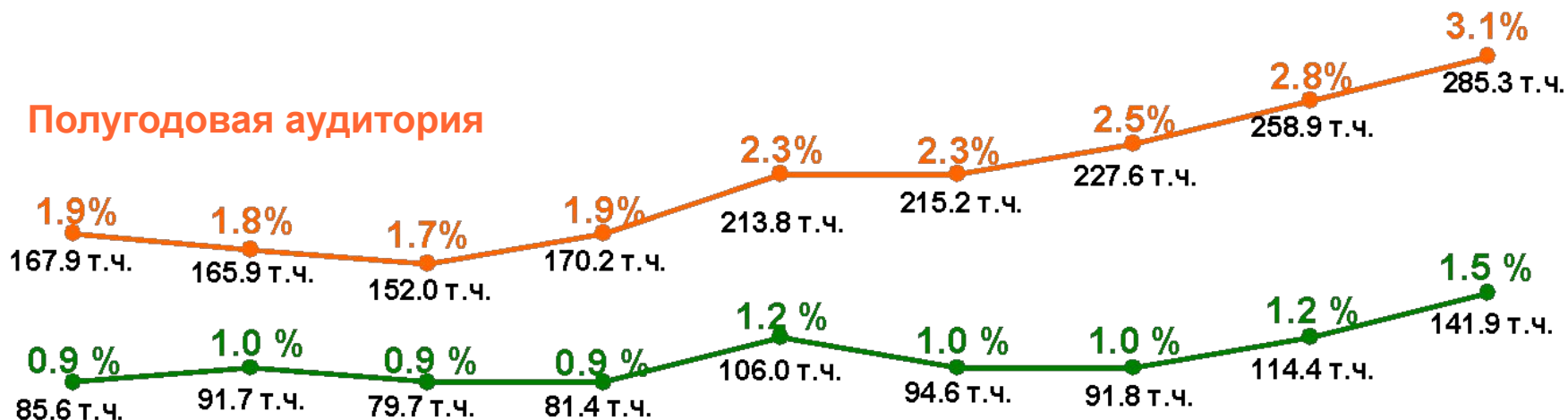


Динамика аудитории издания «Quattroruote»

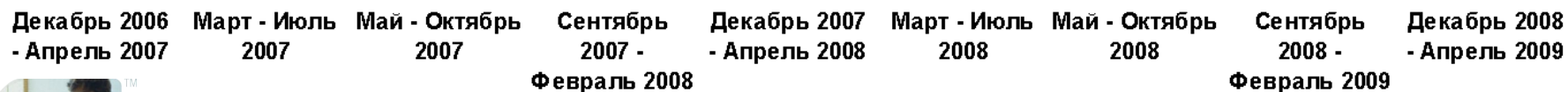
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



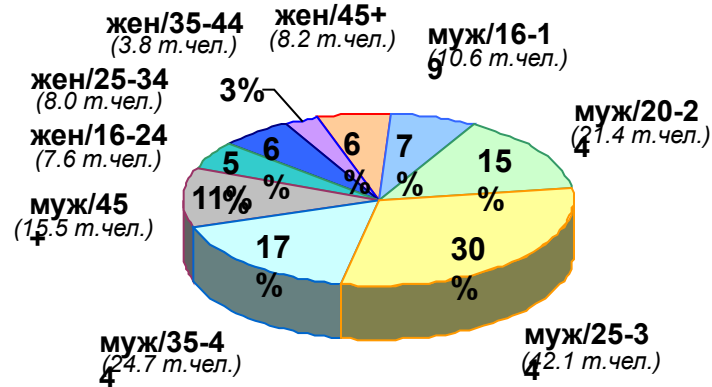
Аудитория одного номера (AIR)



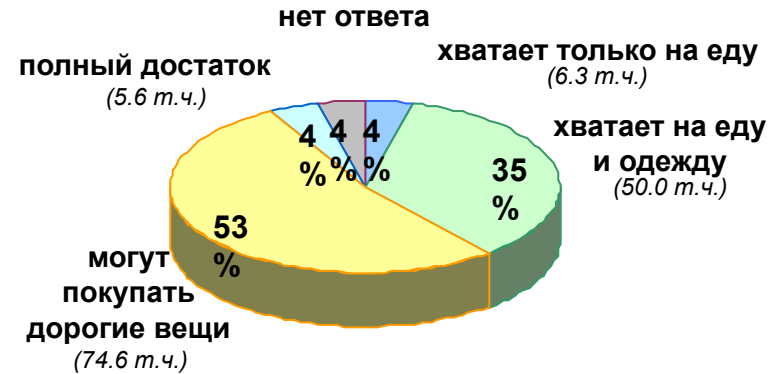
Структура аудитории издания «Quattronote»

МОСКВА

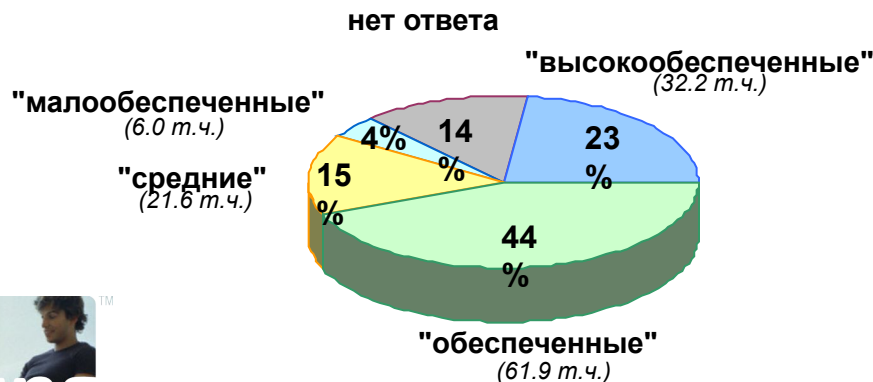
Пол / возраст



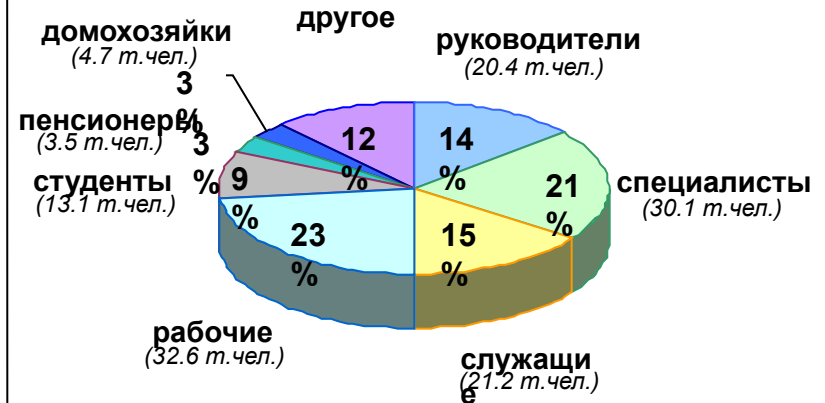
Материальное положение семьи



Финансовый статус

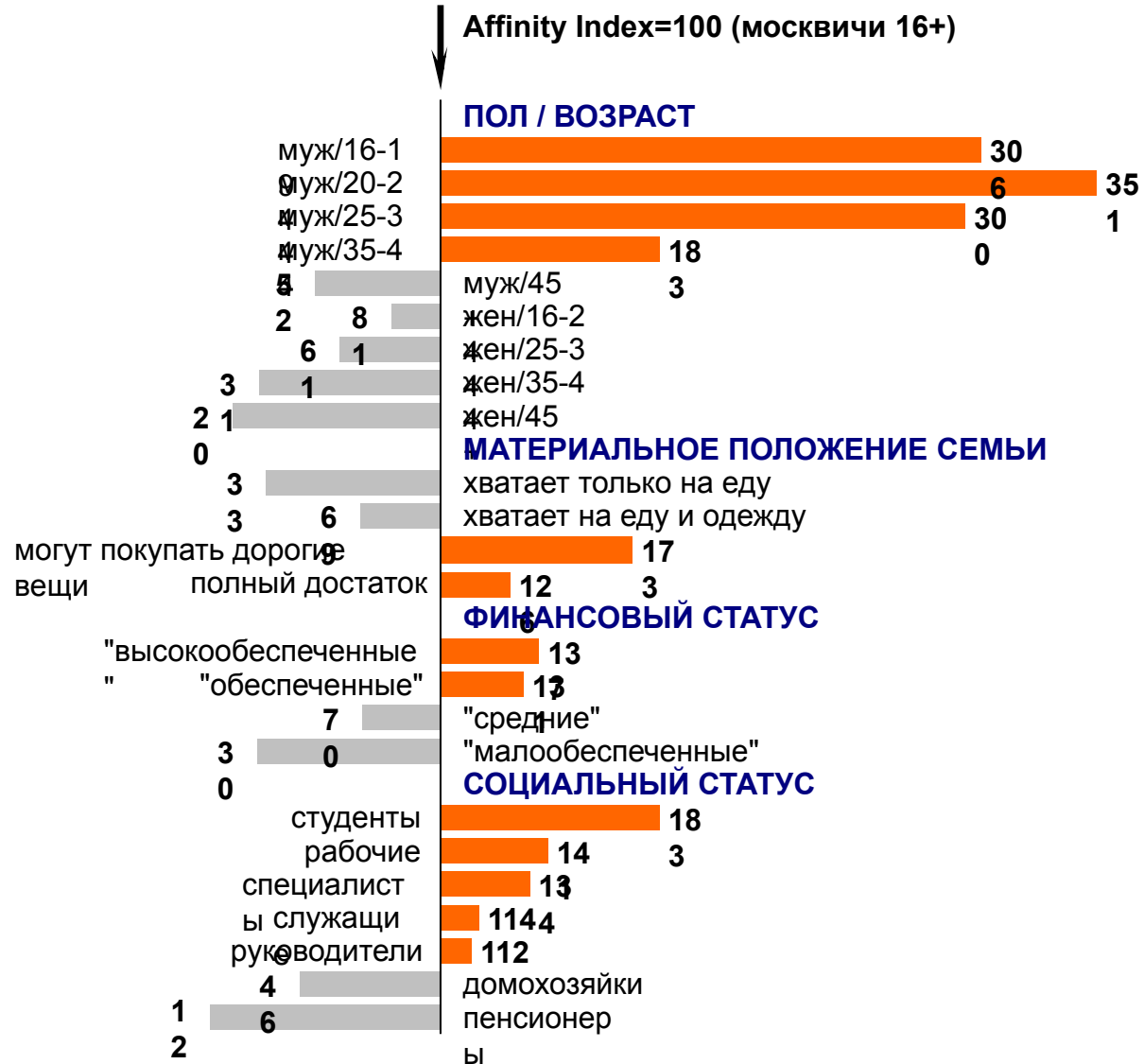


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Quattrorote»

МОСКВА

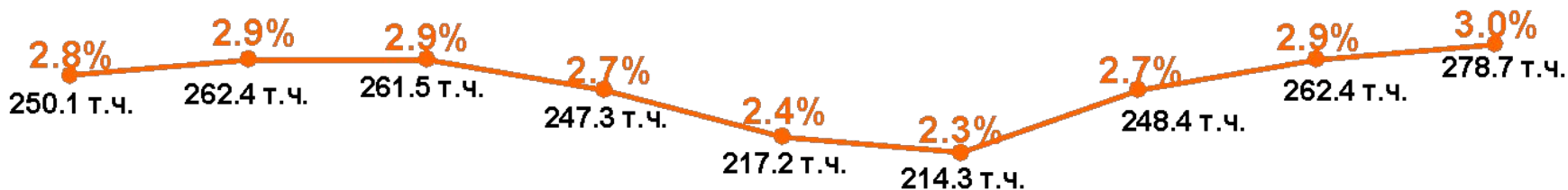


Динамика аудитории издания «Форсаж»

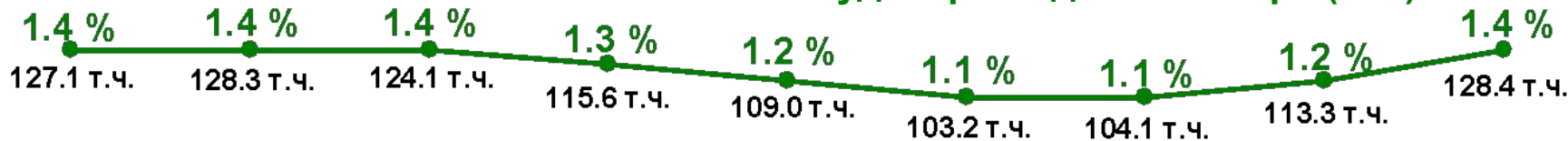
(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

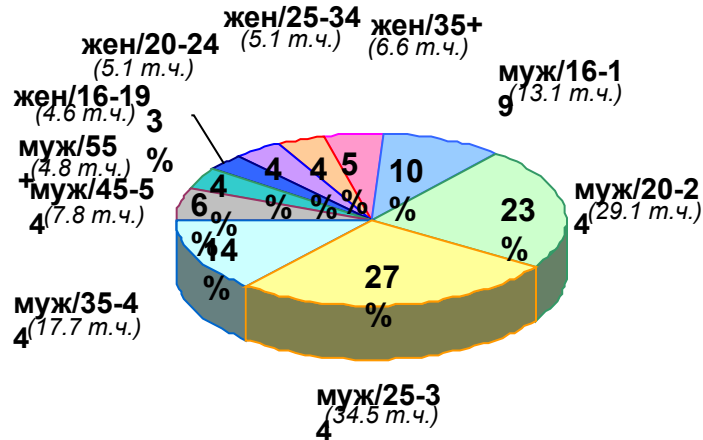
Декабрь 2008
- Апрель 2009



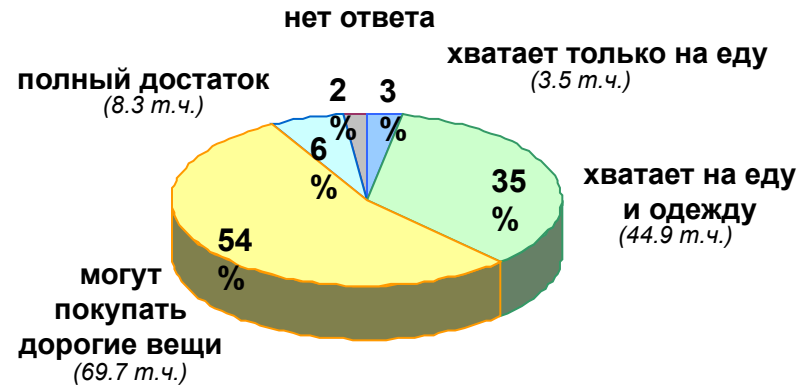
Структура аудитории издания «Форсаж»

МОСКВА

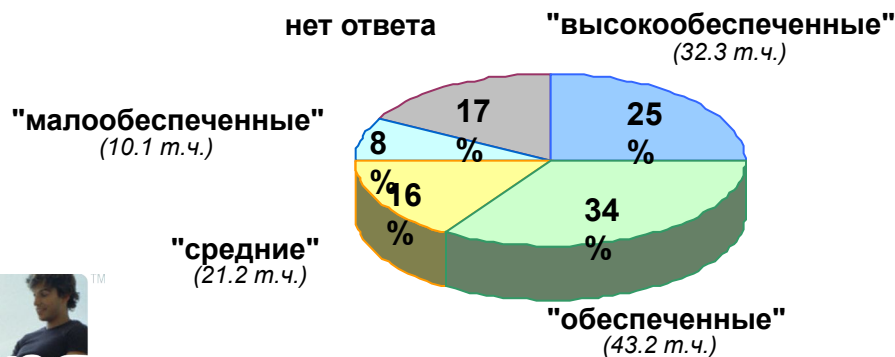
Пол / возраст



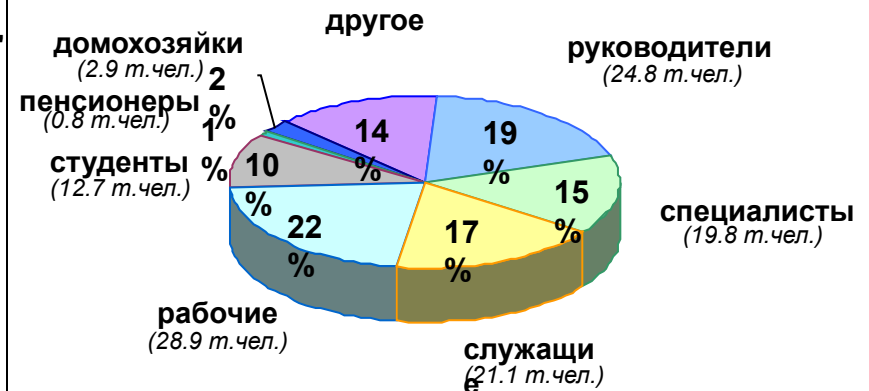
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус

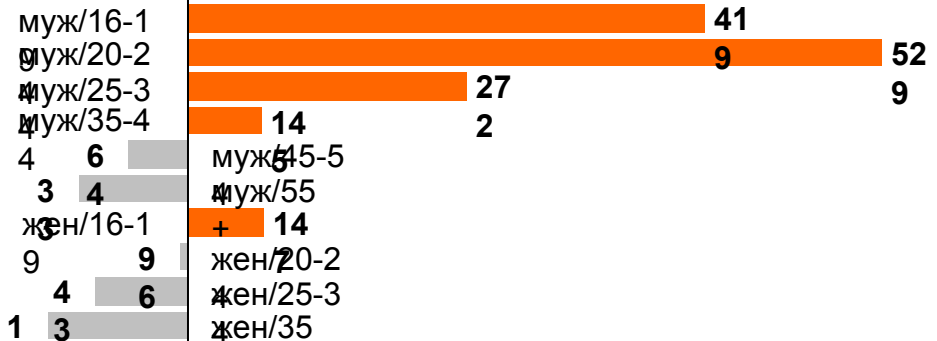


Профиль аудитории издания «Форсаж»

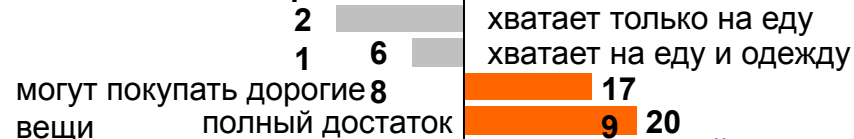
МОСКВА

Affinity Index=100 (москвичи 16+)

ПОЛ / ВОЗРАСТ



МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

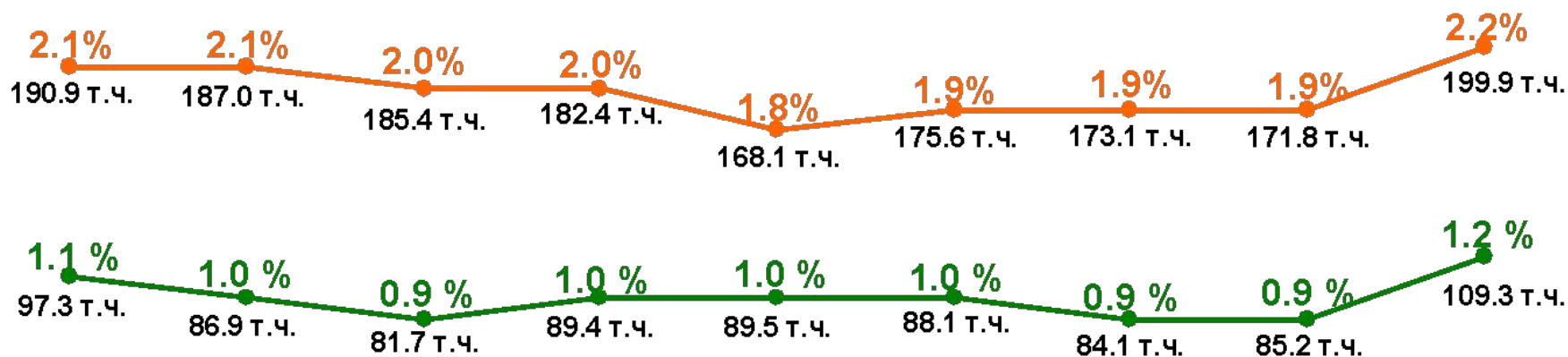


Динамика аудитории издания «MAXI Tuning»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

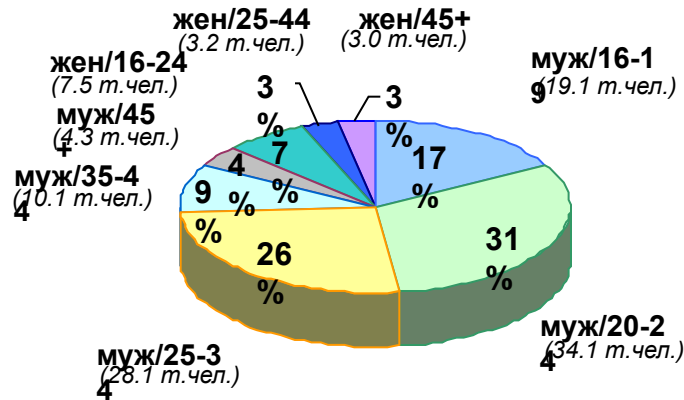
Декабрь 2008
- Апрель 2009



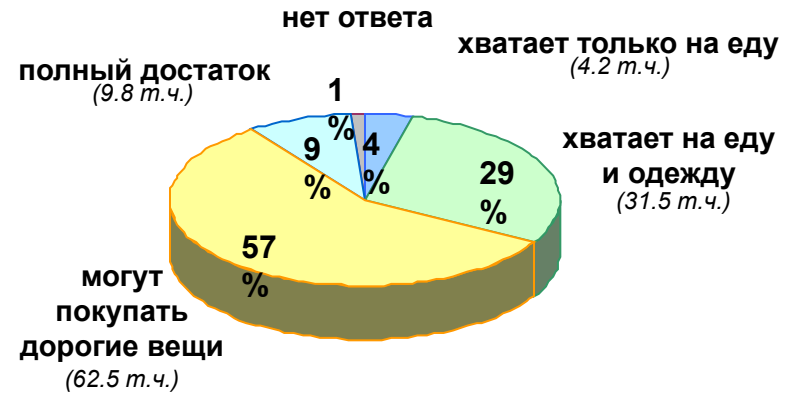
Структура аудитории издания «MAXI *Tuning»

МОСКВА

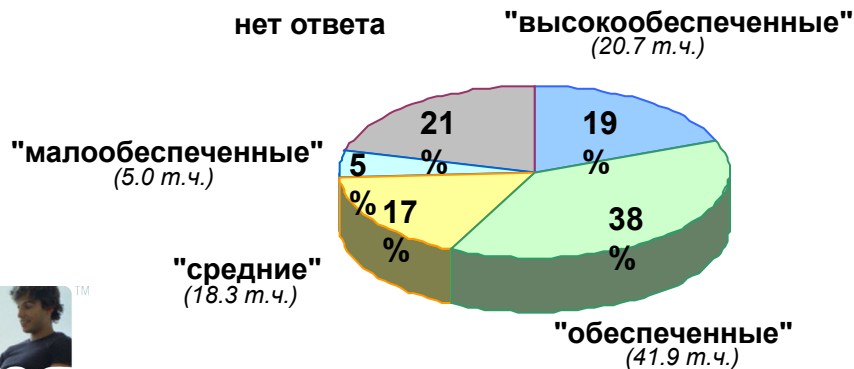
Пол / возраст



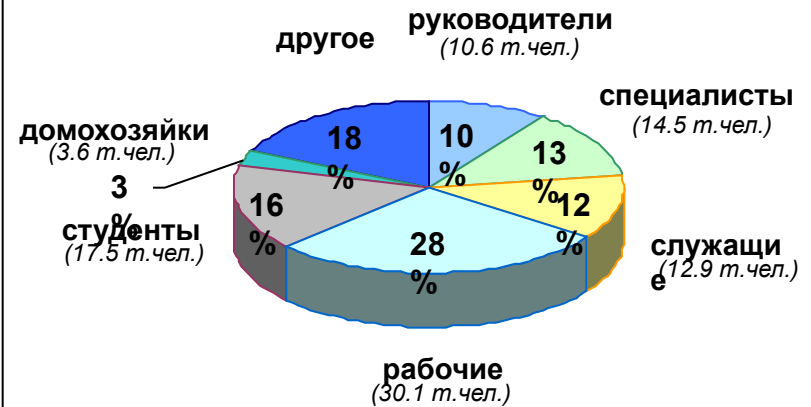
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус

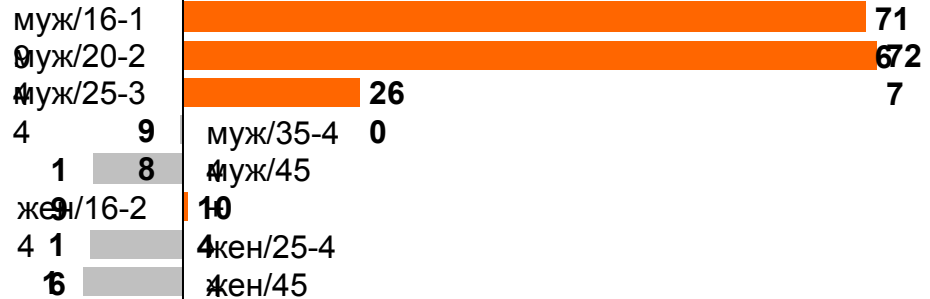


Профиль аудитории издания «MAXI Tuning»

МОСКВА

Affinity Index=100 (москвичи 16+)

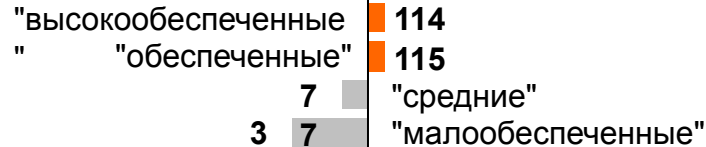
ПОЛ / ВОЗРАСТ



МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

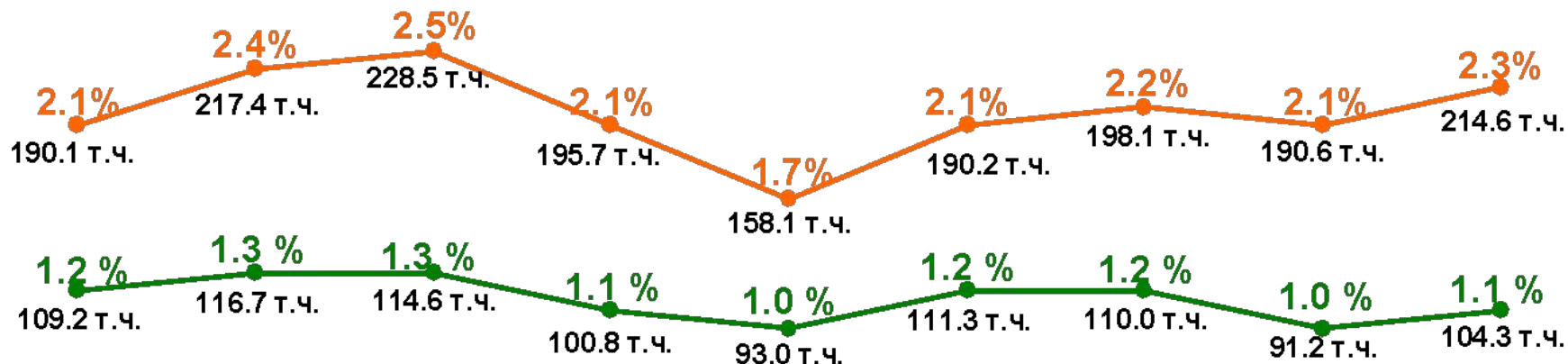


Динамика аудитории издания «Мото»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

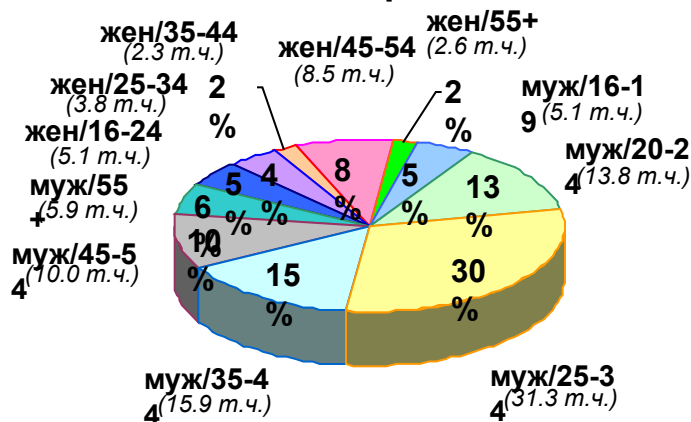
Декабрь 2006 - Апрель 2007 Март - Июль 2007 Май - Октябрь 2007 Сентябрь 2007 - Февраль 2008 Декабрь 2007 - Апрель 2008 Март - Июль 2008 Май - Октябрь 2008 Сентябрь 2008 - Февраль 2009 Декабрь 2008 - Апрель 2009



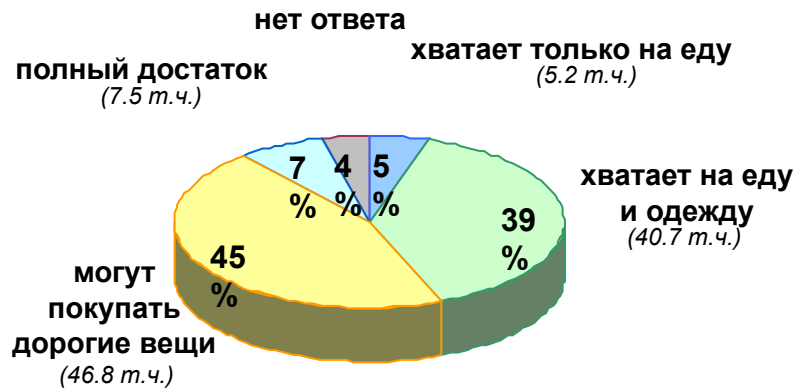
Структура аудитории издания «Мото»

МОСКВА

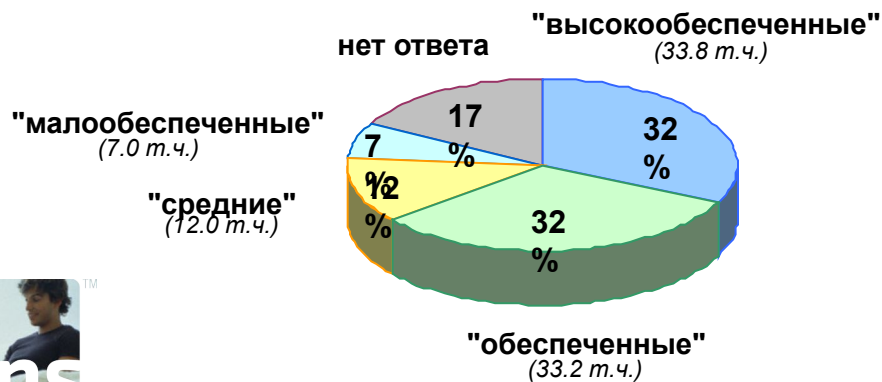
Пол / возраст



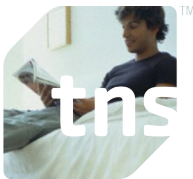
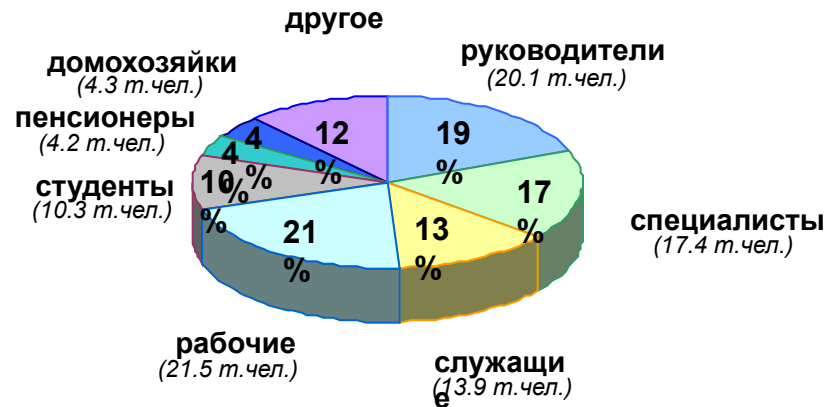
Материальное положение семьи



Финансовый статус

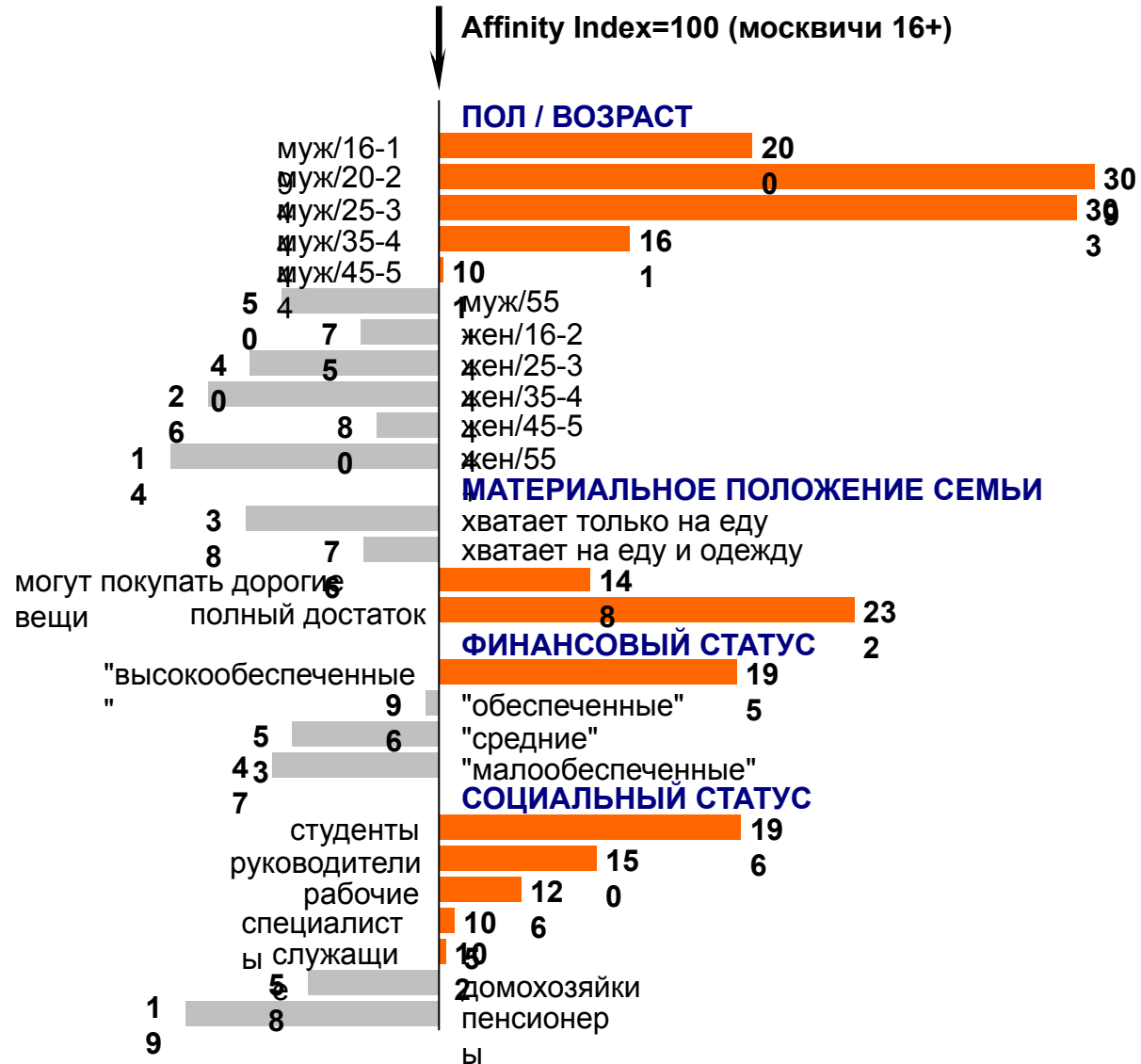


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Мото»

МОСКВА

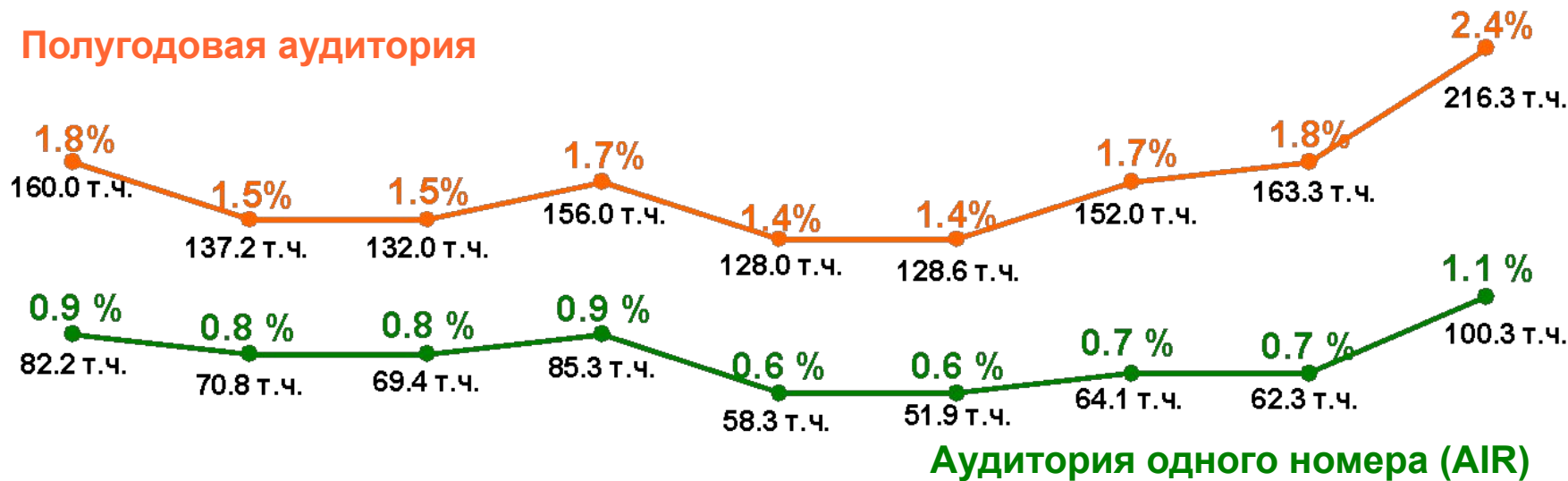


Динамика аудитории издания «Автопанорама»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

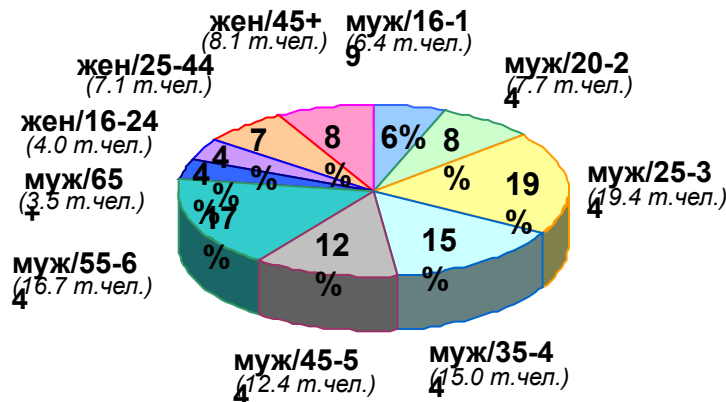
Декабрь 2008
- Апрель 2009



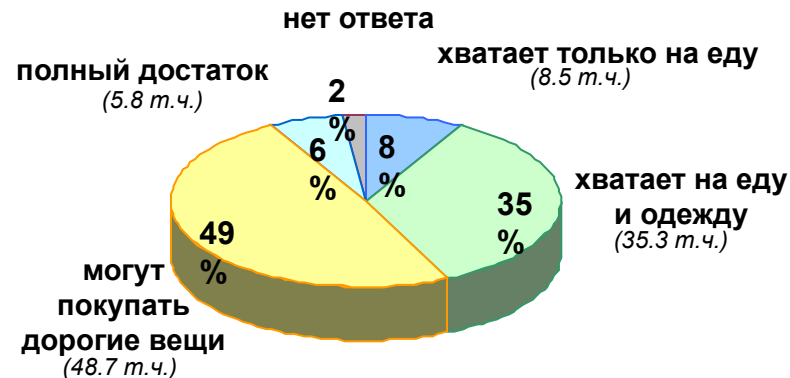
Структура аудитории издания «Автопанорама»

МОСКВА

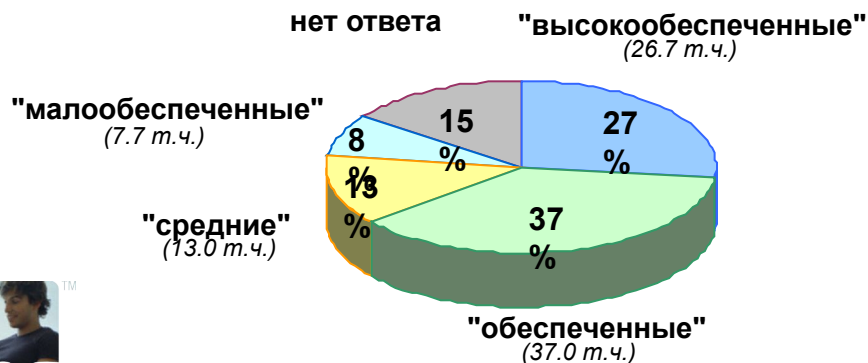
Пол / возраст



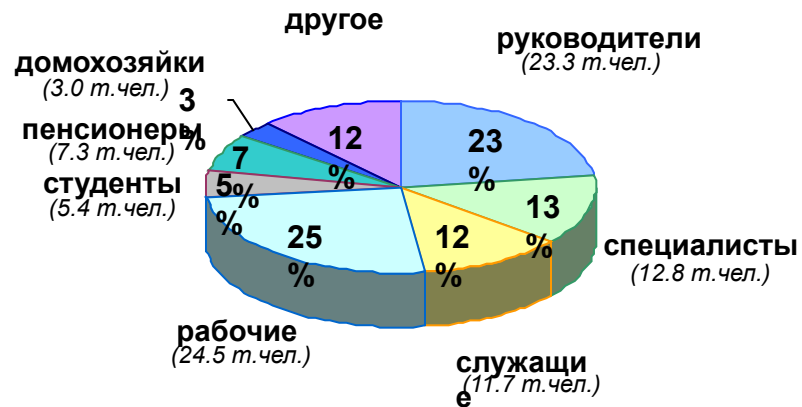
Материальное положение семьи



Финансовый статус

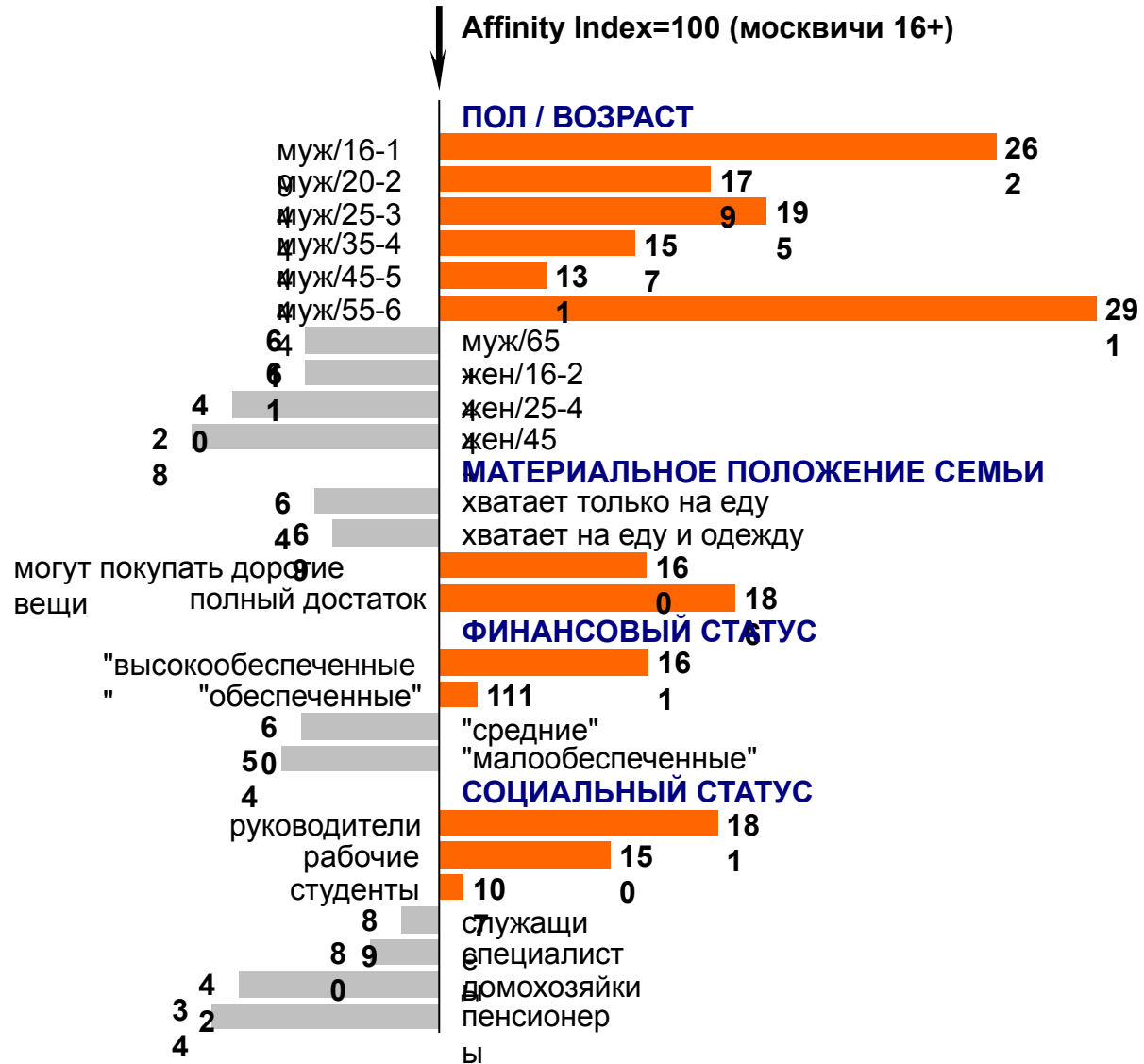


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Автопанорама»

МОСКВА

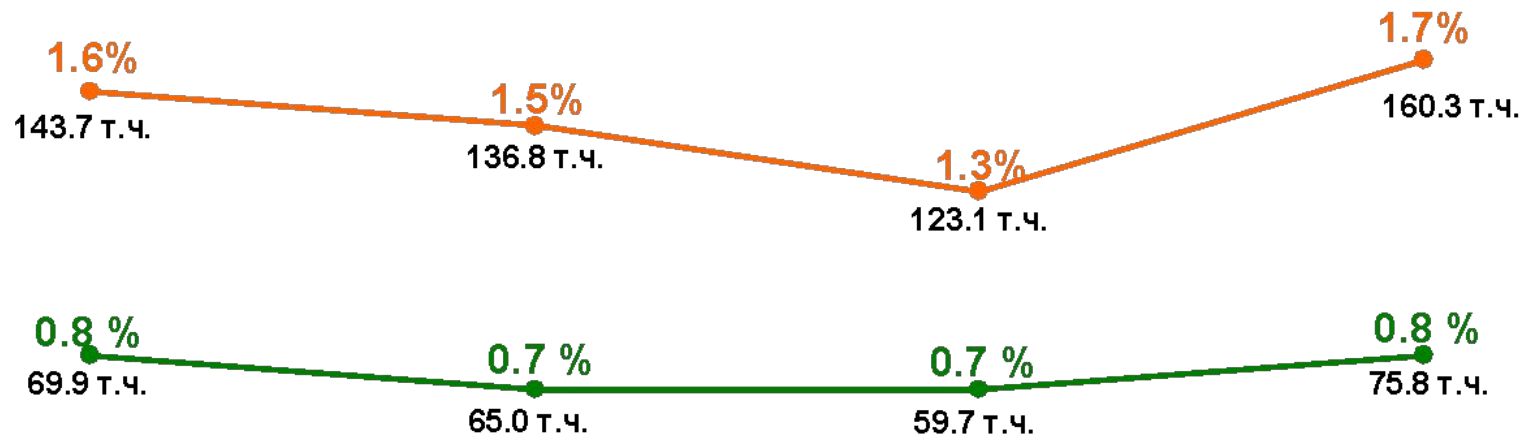


Динамика аудитории издания «Тюнинг Эксперт»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

Март - Июль 2008

Май - Октябрь 2008

Сентябрь 2008 - Февраль 2009

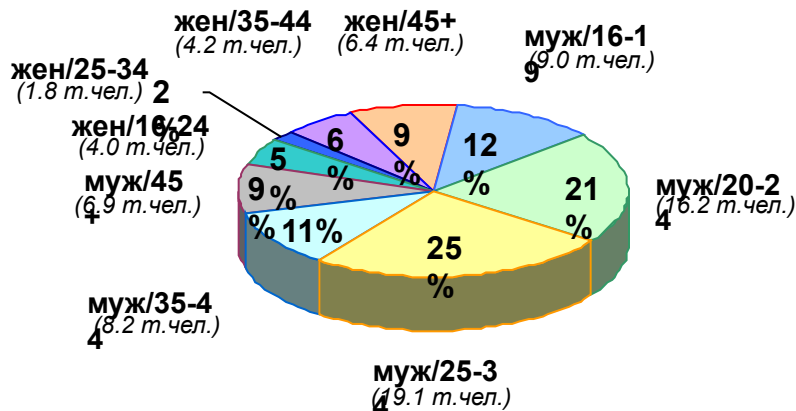
Декабрь 2008 - Апрель 2009



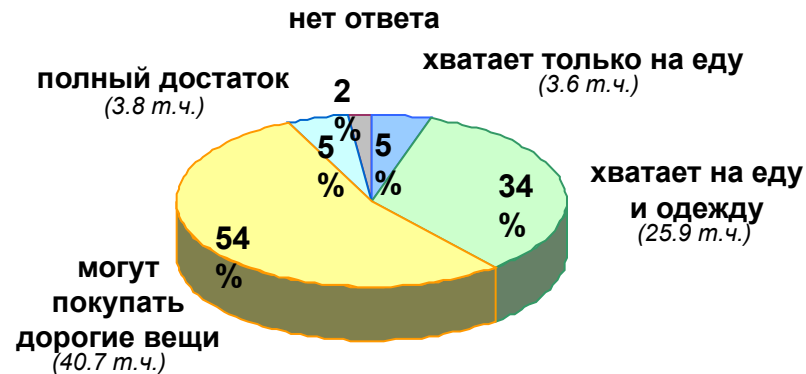
Структура аудитории издания «Тюнинг эксперт»

МОСКВА

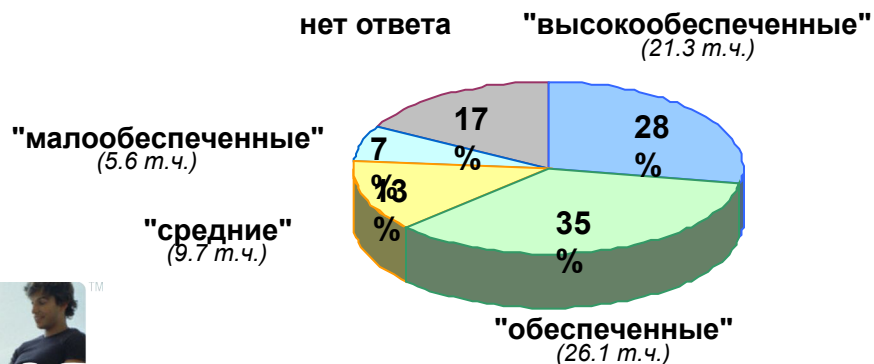
Пол / возраст



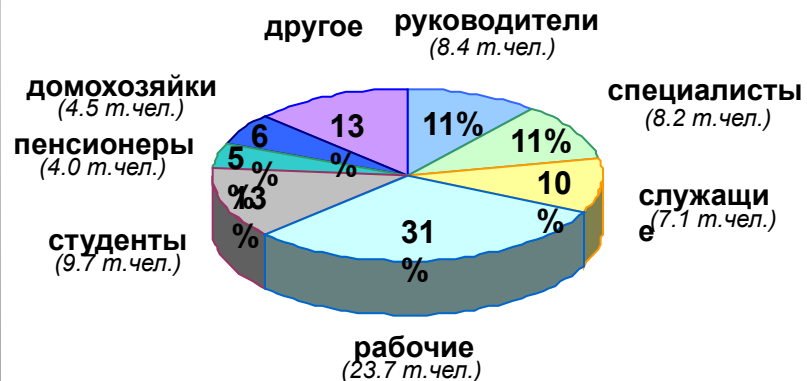
Материальное положение семьи



Финансовый статус



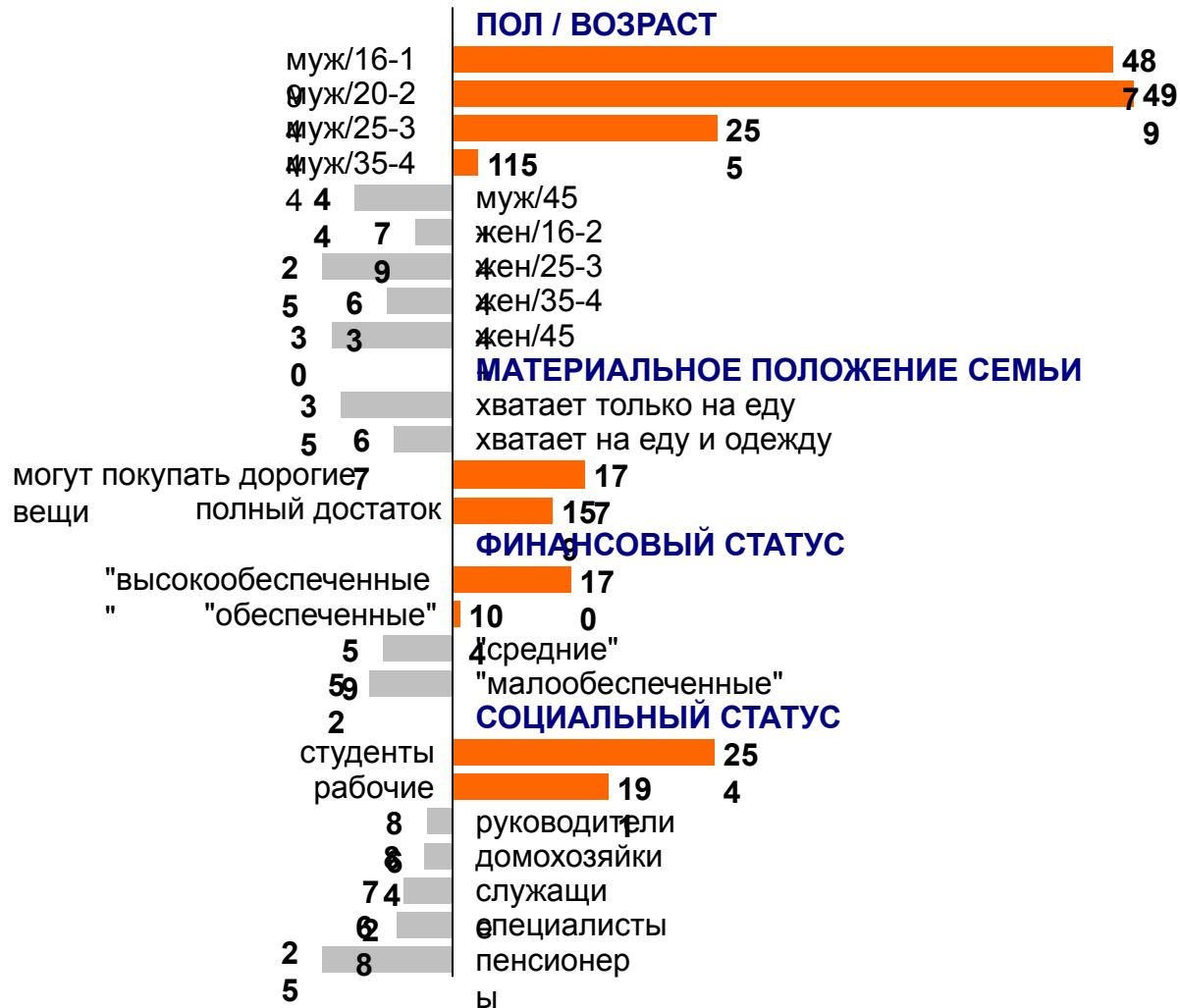
Социальный статус



Профиль аудитории издания «Тюнинг эксперт»

МОСКВА

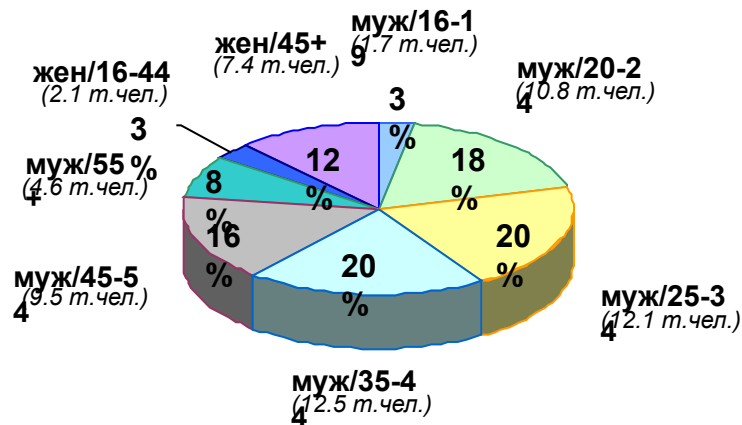
Affinity Index=100 (москвичи 16+)



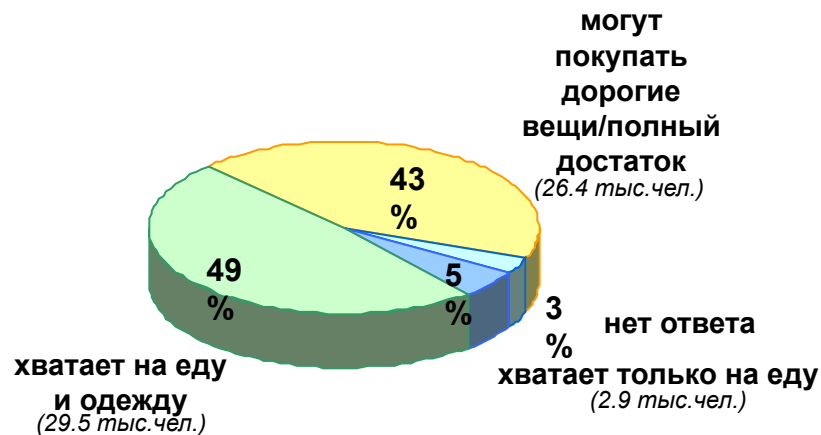
Структура аудитории издания «МОТОР»

МОСКВА

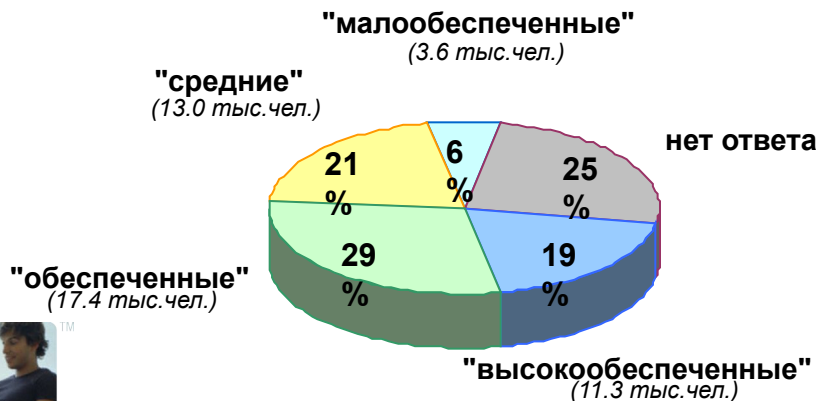
Пол / возраст



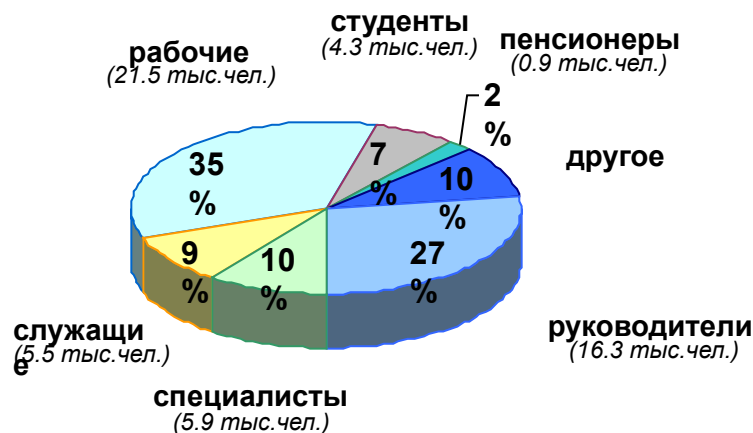
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус

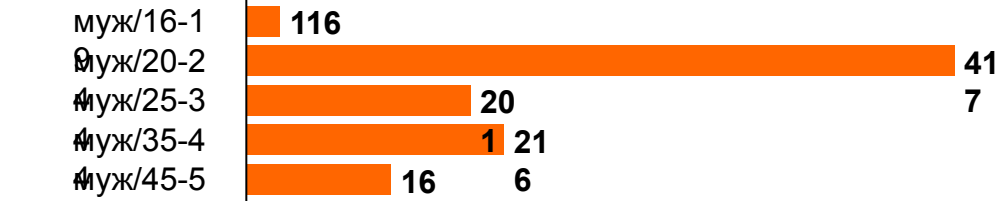


Профиль аудитории издания «МОТОР»

МОСКВА

Affinity Index=100 (москвичи 16+)

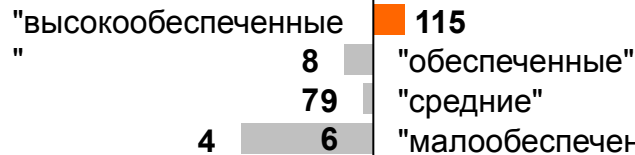
ПОЛ / ВОЗРАСТ



МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

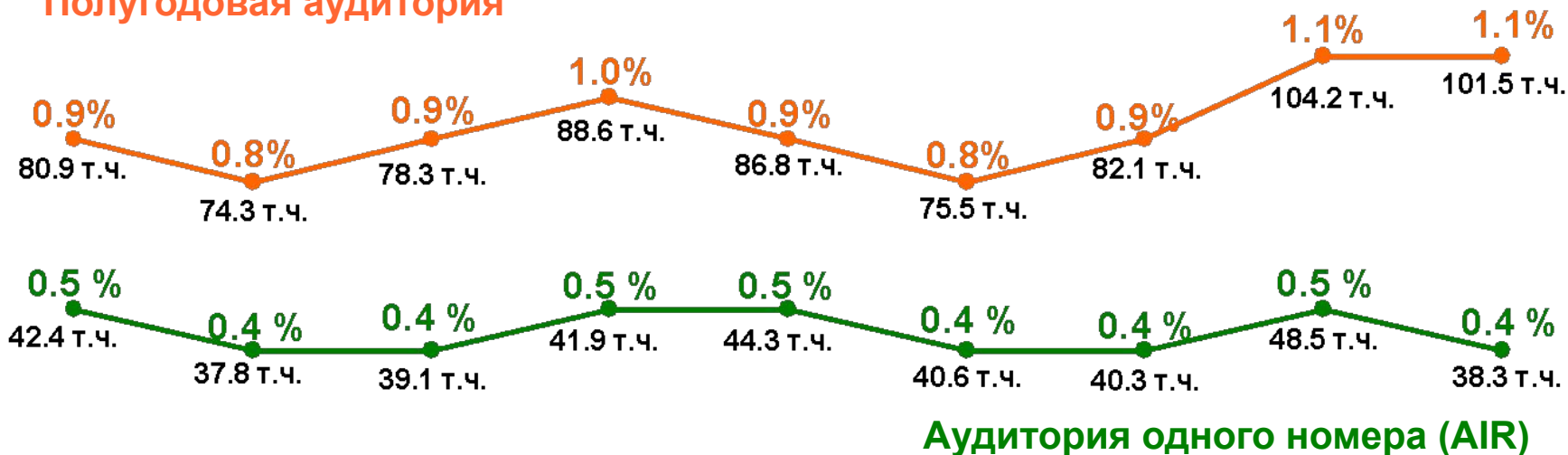


Динамика аудитории издания «CarMusic»

(в тысячах человек и % от москвичей 16+)

МОСКВА

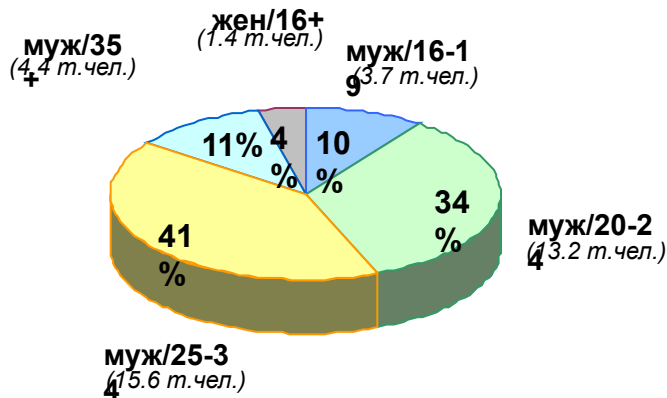
Полугодовая аудитория



Структура аудитории издания «CarMusic»

МОСКВА

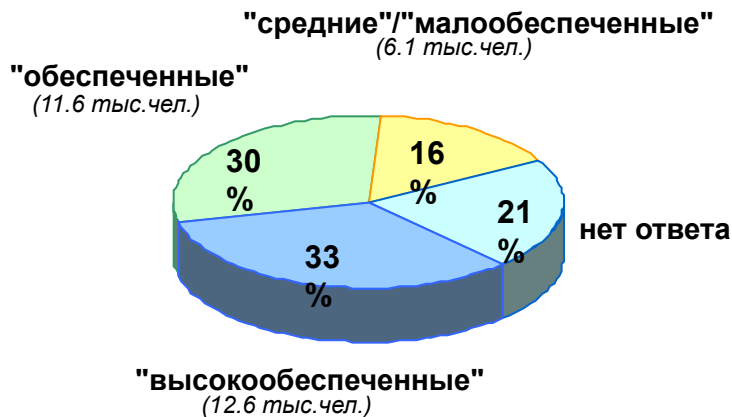
Пол / возраст



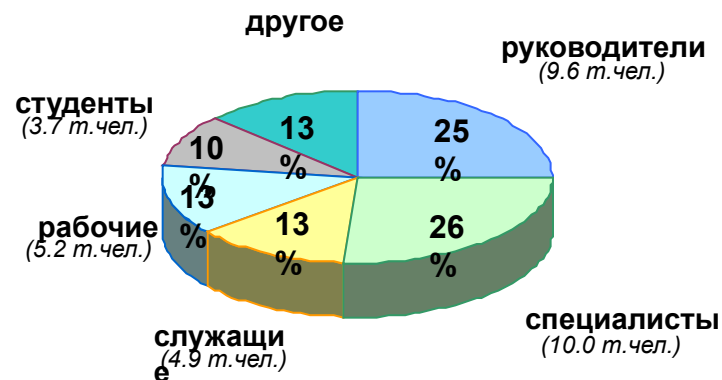
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус

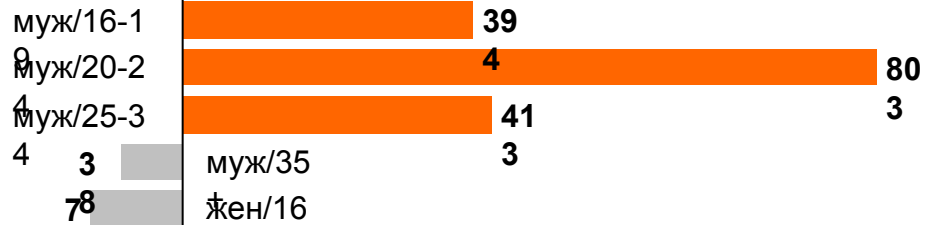


Профиль аудитории издания «CarMusic»

МОСКВА

Affinity Index=100 (москвичи 16+)

ПОЛ / ВОЗРАСТ



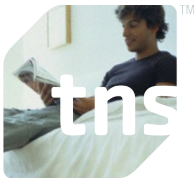
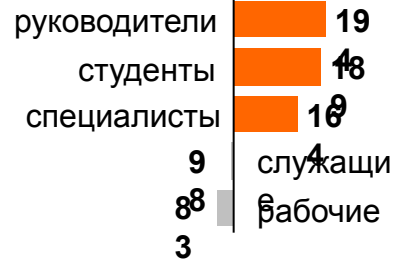
МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС



Пересечение аудиторий автомобильных изданий (в процентах) (1) *

	Авто-мобили и цены	Автомир	Авторевю	Клаксон	За рулем (газета)	МКмобиль	За рулем	Top Gear	Автомобили
Москва в целом	7.5	4.5	4.4	3.5	1.8	1.4	12.7	3.4	3.0
Автомобили и цены	*	29.7	27.1	26.5	25.9	29.9	21.1	26.1	30.7
Автомир	18.0	*	18.7	22.6	22.2	24.4	13.9	18.1	22.5
Авторевю	15.8	17.9	*	31.4	24.4	27.4	15.2	22.3	20.3
Клаксон	12.4	17.5	25.3	*	20.1	24.9	13.0	16.5	19.3
За рулем (газета)	6.4	9.0	10.3	10.5	*	16.8	7.6	8.3	15.1
МКмобиль	5.5	7.3	8.6	9.7	12.5	*	4.9	8.0	8.4
За рулем	35.6	38.7	44.2	46.8	52.3	45.6	*	35.2	43.5
Top Gear	11.8	13.5	17.3	15.8	15.2	19.8	9.4	*	13.3
Автомобили	12.3	14.9	14.0	16.4	24.6	18.5	10.3	11.8	*
Тюнинг автомобилей	10.2	11.3	14.2	14.3	19.6	18.5	7.8	17.2	18.9
Пятое колесо	7.9	11.0	16.3	14.9	23.4	21.5	7.3	16.1	15.7
Quattroruote	5.7	7.2	12.4	10.0	14.3	18.5	5.7	15.3	8.5
Форсаж	6.4	8.2	8.4	8.5	13.2	12.5	5.1	16.2	12.3
MAXI Tuning	6.1	6.3	9.1	7.2	14.6	13.9	4.6	14.8	11.3
Мото	4.5	6.1	8.3	6.8	11.2	13.2	4.3	9.4	10.8
Автопанорама	5.9	6.9	8.1	7.3	13.9	15.8	4.4	7.9	10.1
Тюнинг эксперт	4.3	4.8	6.8	6.1	10.3	11.1	3.5	10.0	11.6
CarMusic	1.1	1.3	3.5	1.8	2.1	3.9	0.9	3.6	1.1



* Первая строка таблицы отображает среднюю аудиторию одного номера (AIR).

Все остальные строки таблицы иллюстрируют охват аудитории издания, расположенного на горизонтальной оси в процентах от аудитории издания, расположенного по вертикальной оси (в целевой группе); при стандартном расположении осей это соответствует проценту по столбцу.

Пересечение аудиторий автомобильных изданий (в процентах) (2) *

	Тюнинг автомобилей	Пятое колесо	Quattroruote	* Форсаж	MAXI Tuning	Мото	Авто- панорама	Тюнинг эксперт	CarMusic
Москва в целом	2.1	1.9	1.5	1.4	1.2	1.1	1.1	0.8	0.4
Автомобили и цены	36.7	31.4	27.6	34.3	38.2	29.9	40.7	39.1	20.4
Автомир	24.8	26.5	21.2	26.5	24.2	24.3	28.5	26.7	14.2
Авторевю	29.9	37.4	34.8	26.0	33.2	32.0	32.2	35.9	36.9
Клаксон	24.3	27.7	22.7	21.3	21.4	21.1	23.4	25.9	15.3
За рулем (газета)	17.5	22.8	17.1	17.5	22.5	18.2	23.4	23.0	9.3
МКмобиль	12.2	15.5	16.4	12.2	16.0	15.8	19.8	18.3	12.8
За рулем	47.8	49.1	46.9	46.1	49.4	47.5	51.0	52.9	28.2
Top Gear	27.9	28.8	33.3	38.9	42.0	28.0	24.5	40.9	28.8
Автомобили	27.3	24.8	16.5	26.4	28.4	28.4	27.6	42.0	8.2
Тюнинг автомобилей	*	25.3	20.6	34.4	50.7	25.3	27.4	55.5	25.7
Пятое колесо	23.0	*	18.7	23.7	25.7	25.5	31.1	31.3	17.4
Quattroruote	15.3	15.3	*	16.9	19.5	21.2	16.8	18.6	31.9
Форсаж	23.2	17.5	15.3	*	39.6	21.8	19.2	34.5	20.0
MAXI Tuning	29.1	16.2	15.0	33.7	*	18.8	22.1	42.7	20.1
Мото	13.8	15.3	15.6	17.7	18.0	*	20.9	31.0	4.3
Автопанорама	14.4	18.0	11.8	15.0	20.3	20.1	*	22.7	8.1
Тюнинг эксперт	22.1	13.7	10.0	20.4	29.6	22.5	17.1	*	16.7
CarMusic	5.2	3.8	8.6	6.0	7.0	1.6	3.1	8.5	*



* Первая строка таблицы отображает среднюю аудиторию одного номера (AIR).

Все остальные строки таблицы иллюстрируют охват аудитории издания, расположенного на горизонтальной оси в процентах от аудитории издания, расположенного по вертикальной оси (в целевой группе); при стандартном расположении осей это соответствует проценту по столбцу.

Сравнение аудиторий автомобильных изданий (1)

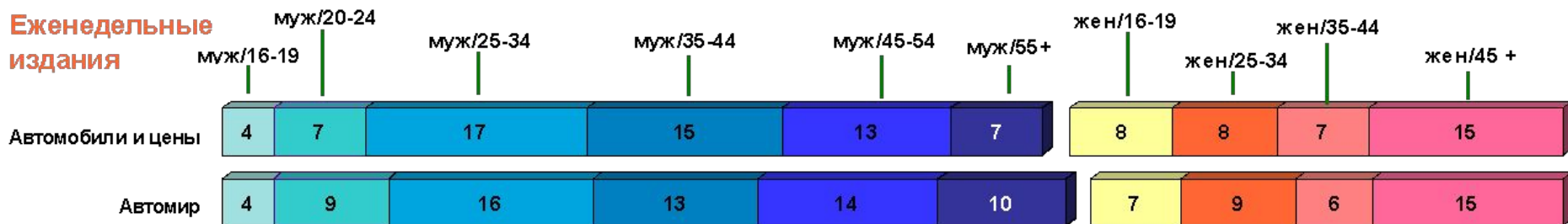
МОСКВА

*

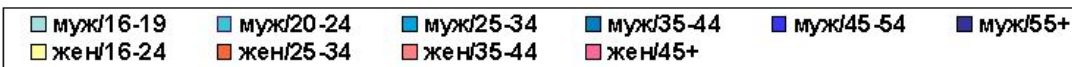
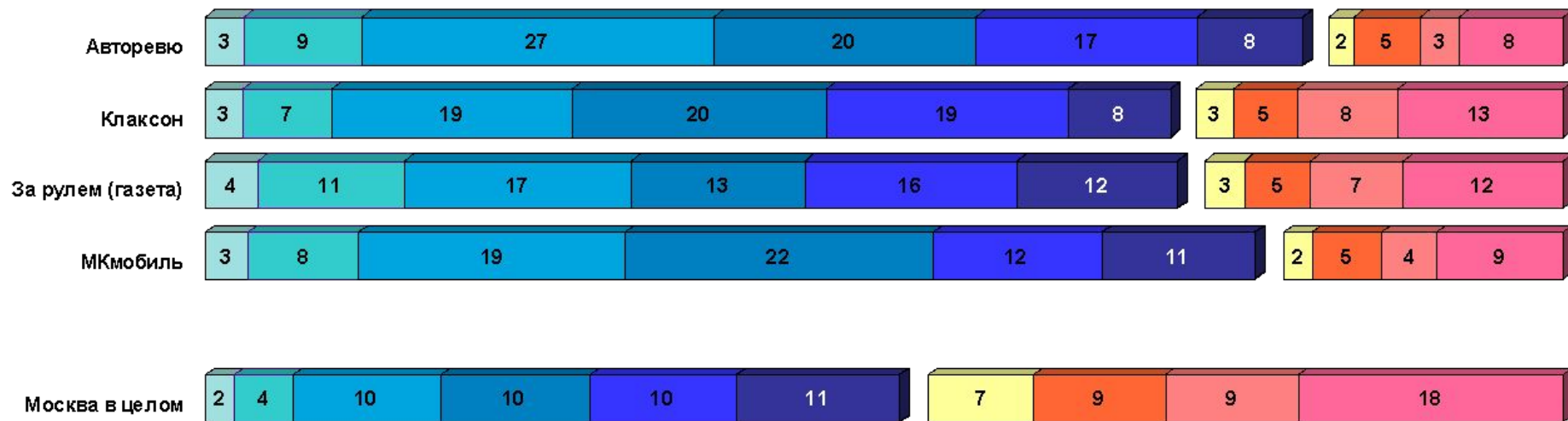
Пол/возраст

(в % от аудитории одного номера каждого издания)

Еженедельные издания



Выходят 1 раз в 2 недели



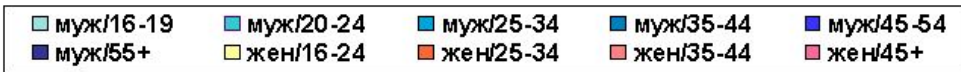
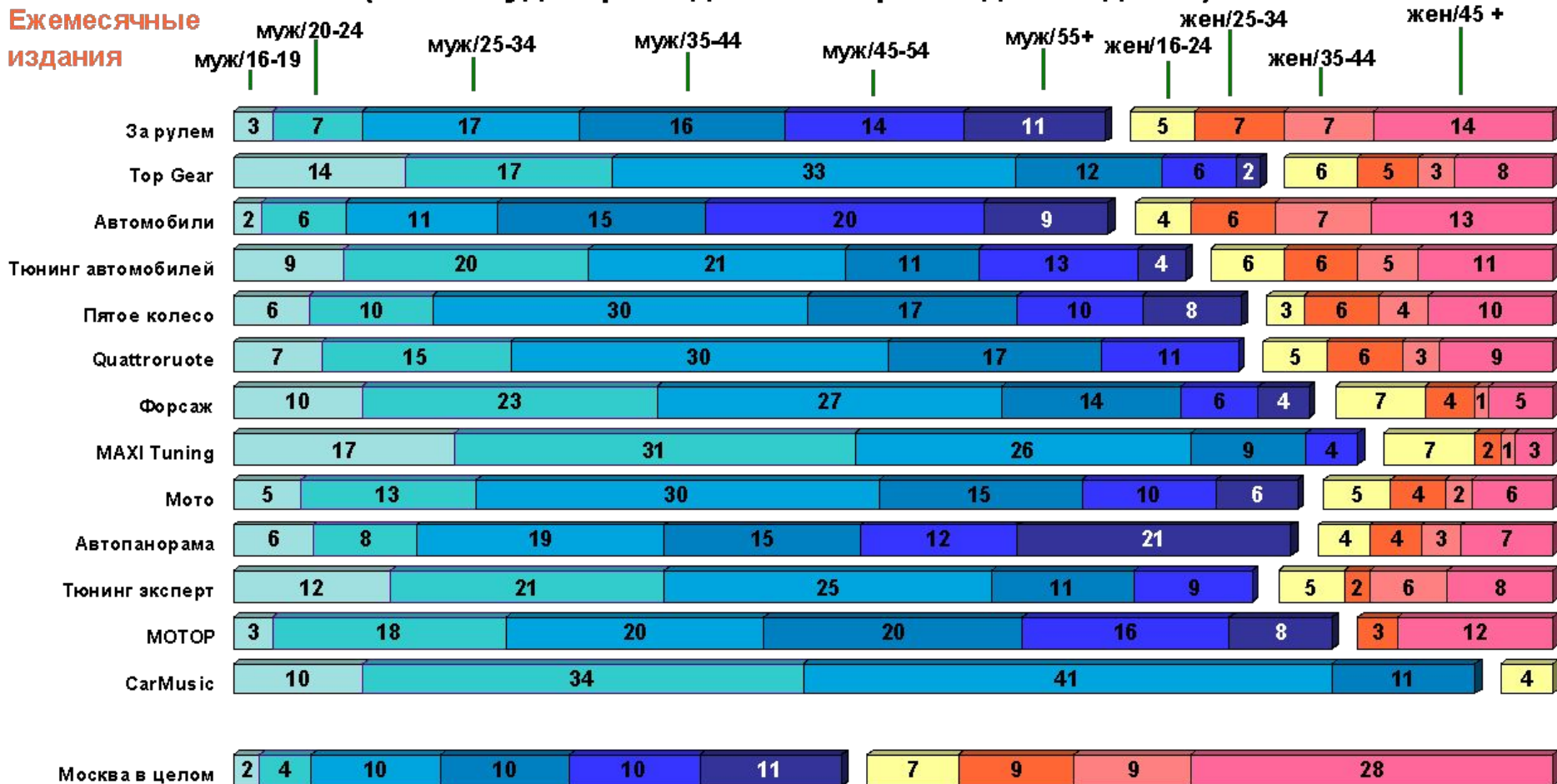
Сравнение аудиторий автомобильных изданий (2)

МОСКВА

Пол/возраст *

(в % от аудитории одного номера каждого издания)

Ежемесячные издания



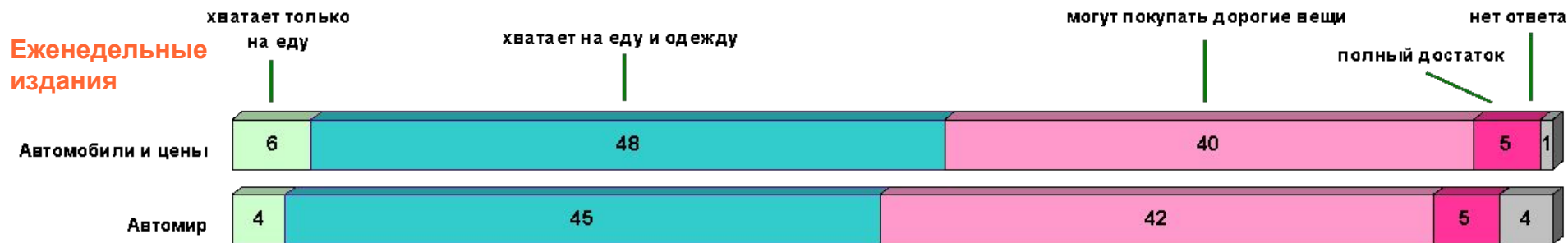
* Для изданий «Quattroruote», «MAXI Tuning» и «Тюнинг Эксперт» позиция «муж/55+» не является статистически значимой и была объединена с позицией «муж/45-54». Для издания «МОТОР» позиции «жен/16-24», «жен/35-44» не являются статически значимыми и были объединены с позицией «жен/20-24». Для издания «CarMusic» позиции «муж/45-54», «муж/55» и «жен/25-34», «жен/35-44», «жен/45+» не являются статически значимыми и были объединены с позициями «муж/35-44» и «жен/16-24» соответственно.



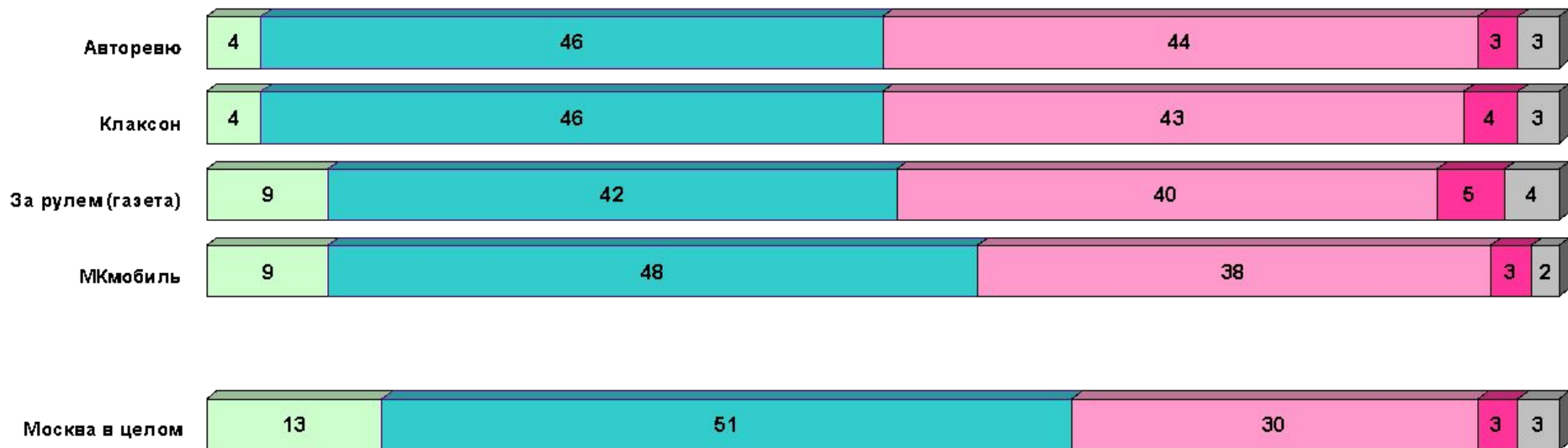
Сравнение аудиторий автомобильных изданий (1)

МОСКВА

Материальное положение семьи (% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)



Выходят 1 раз в 2 недели



■ хватает только на еду ■ хватает на еду и одежду ■ могут покупать дорогие вещи ■ полный достаток ■ нет ответа

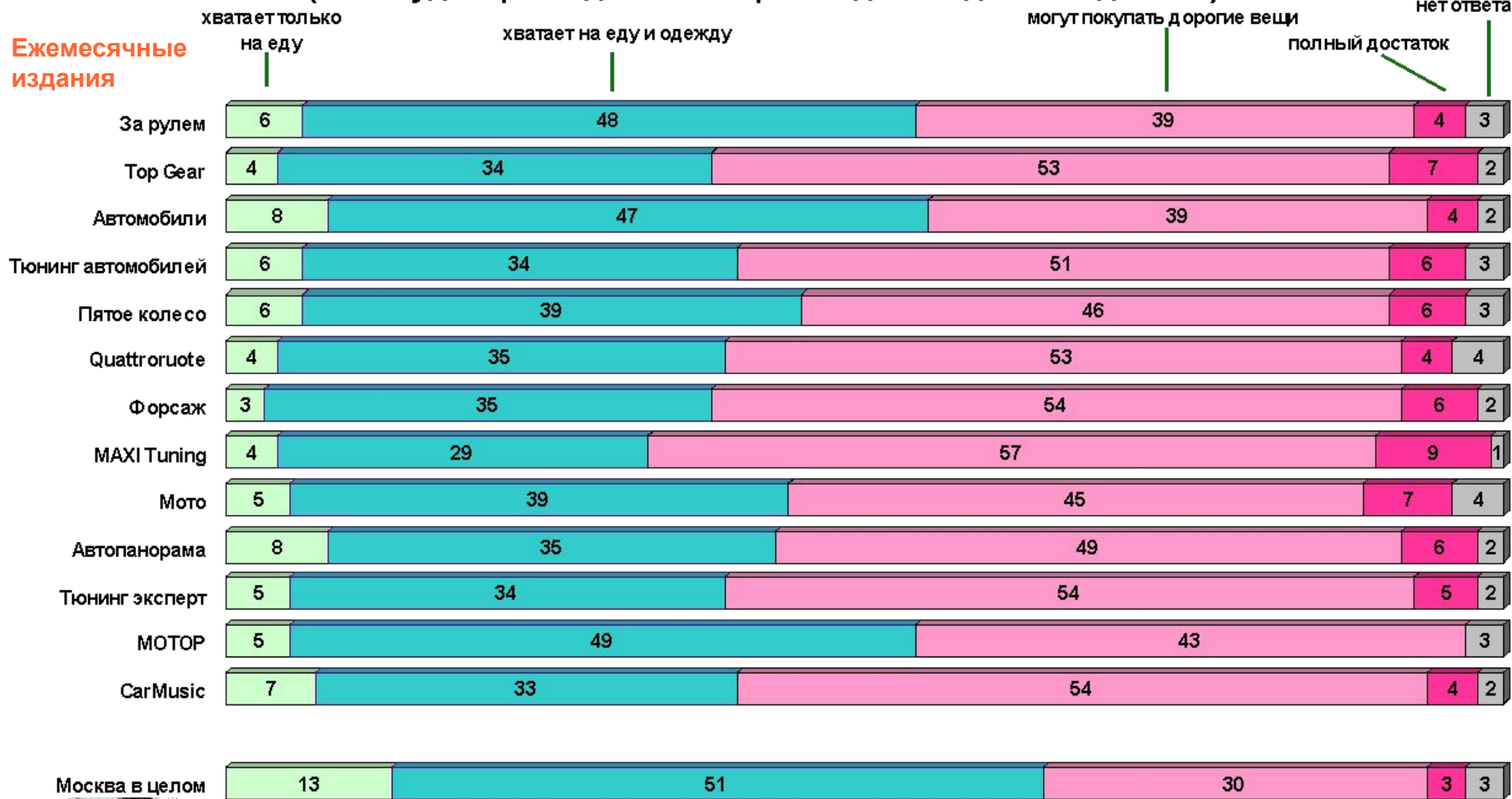


Сравнение аудиторий автомобильных изданий (2)

МОСКВА

Материальное положение семьи*

(% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)



■ хватает только на еду
 ■ хватает на еду и одежду
 ■ могут покупать дорогие вещи
 ■ полный достаток
 ■ нет ответа

* Для издания «МОТОР» позиция «полный достаток» не является статистически значимой и была объединена с позицией «могут покупать дорогие вещи».

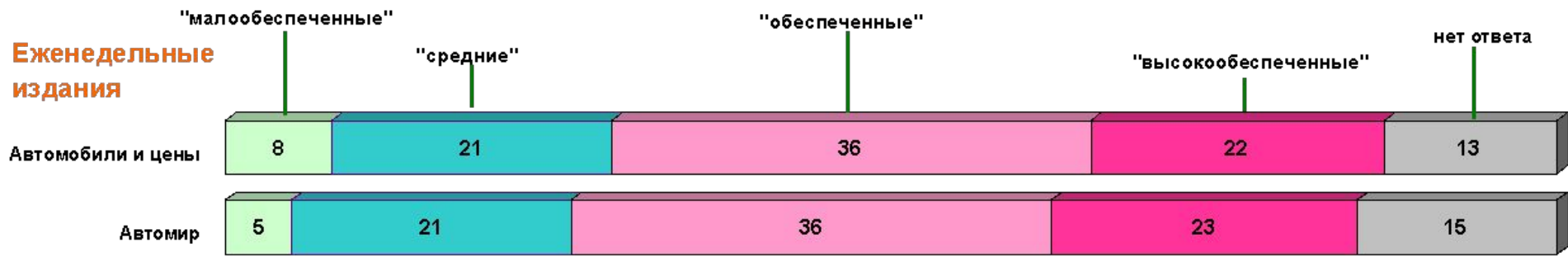


Сравнение аудиторий автомобильных изданий (1)

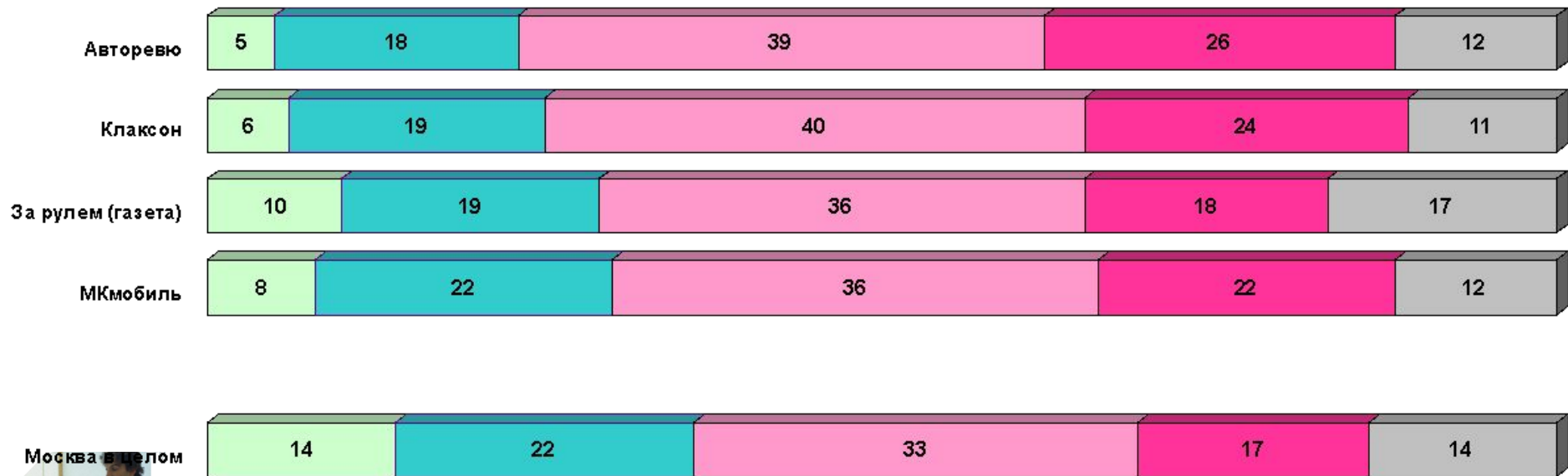
МОСКВА

Финансовый статус

(% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)



Выходят 1 раз в 2 недели



□ малообеспеченные □ средние □ обеспеченные □ высокообеспеченные □ нет ответа



Сравнение аудиторий автомобильных изданий (2)

МОСКВА

Финансовый статус *

(% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)

"малообеспеченные"

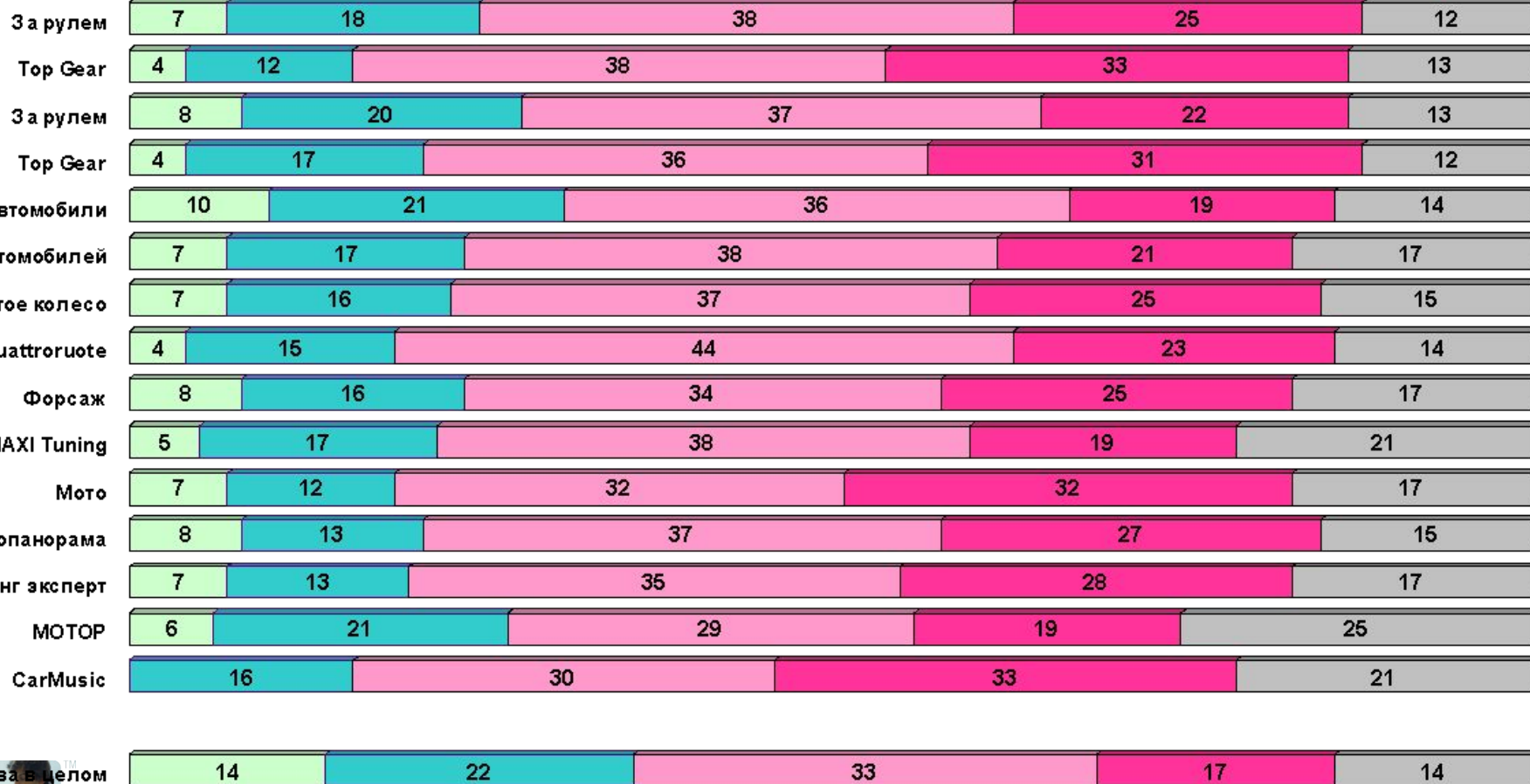
"средние"

"обеспеченные"

"высокообеспеченные"

нет ответа

Ежемесячные издания



■ малообеспеченные
 ■ средние
 ■ обеспеченные
 ■ высокообеспеченные
 ■ нет ответа

* Для издания «CarMusic» позиция «малообеспеченные» не является статистически значимой и была объединена с позицией «средние».



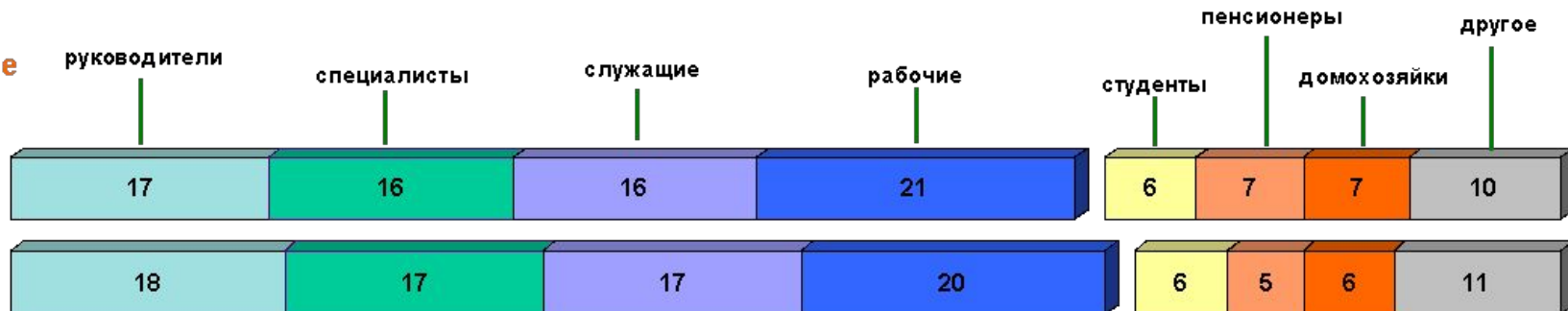
Сравнение аудиторий автомобильных изданий (1)

МОСКВА

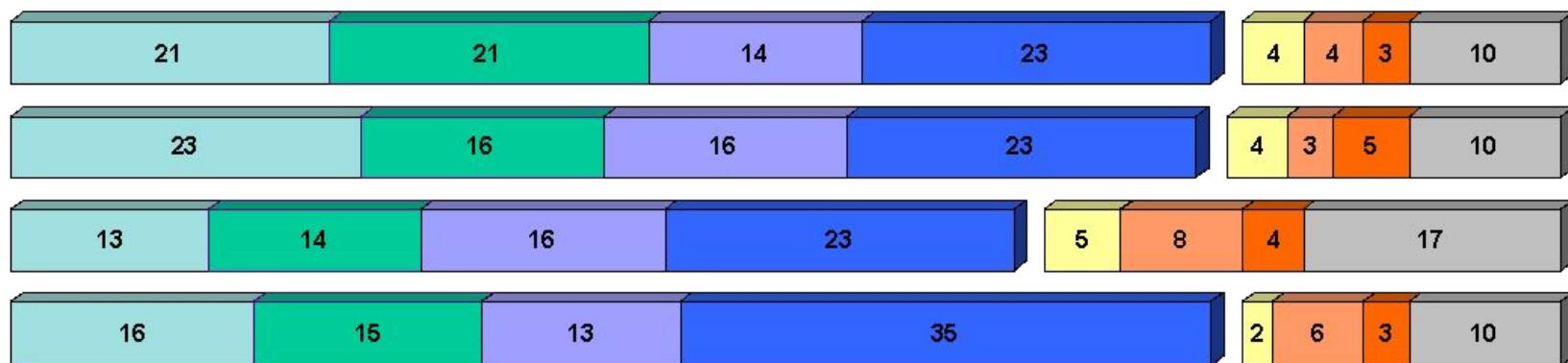
Социальный статус*

(% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)

Еженедельные издания



Выходят 1 раз в 2 недели



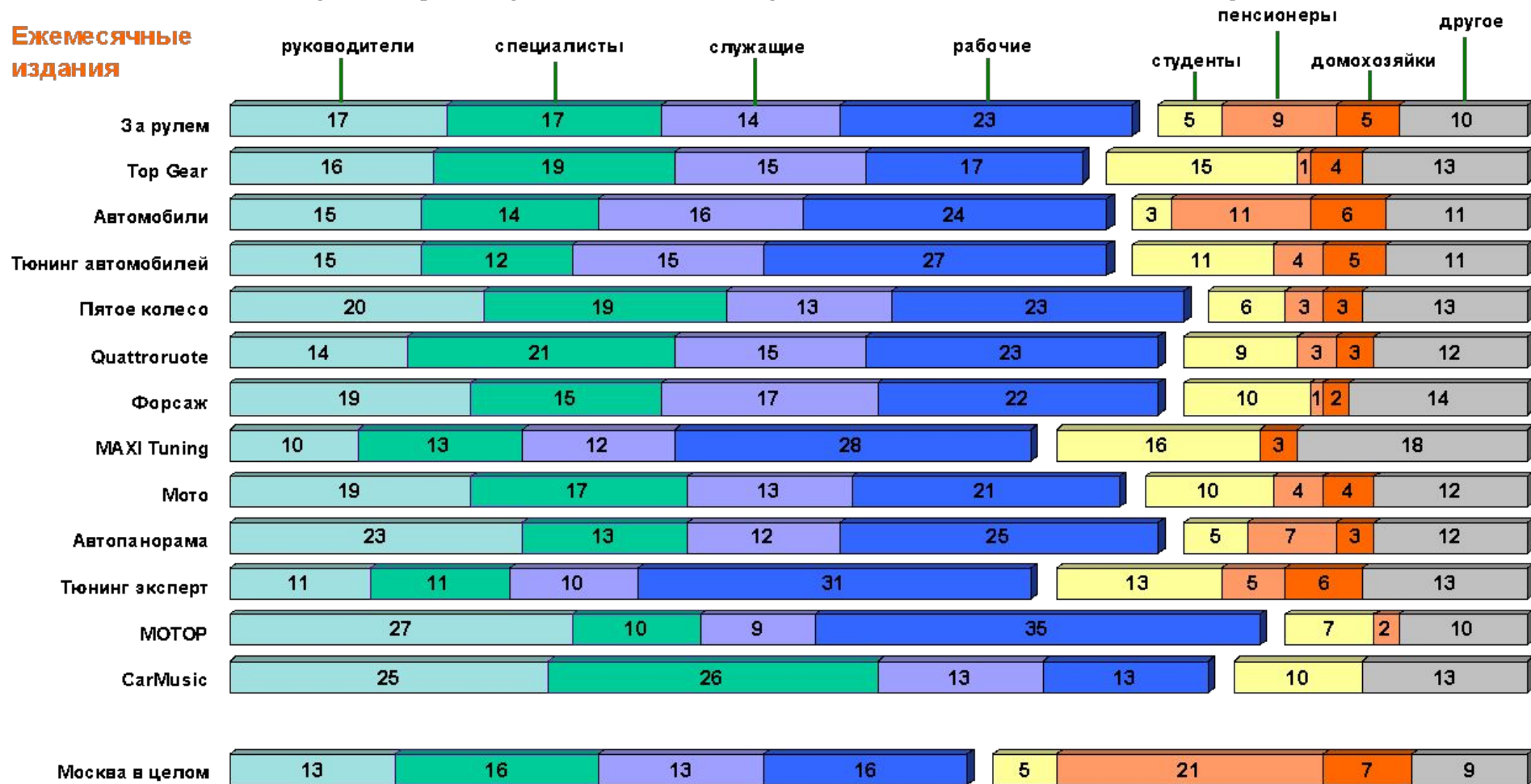
Сравнение аудиторий автомобильных изданий (2)

МОСКВА

Социальный статус *

(% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)

Ежемесячные издания



*Для изданий «MAXI Tuning», «Тюнинг эксперт», «CarMusic» и «What car?» позиция «пенсионеры» не является статистически значимой и была объединена с позицией «другое».

Лояльная аудитория автомобильных изданий

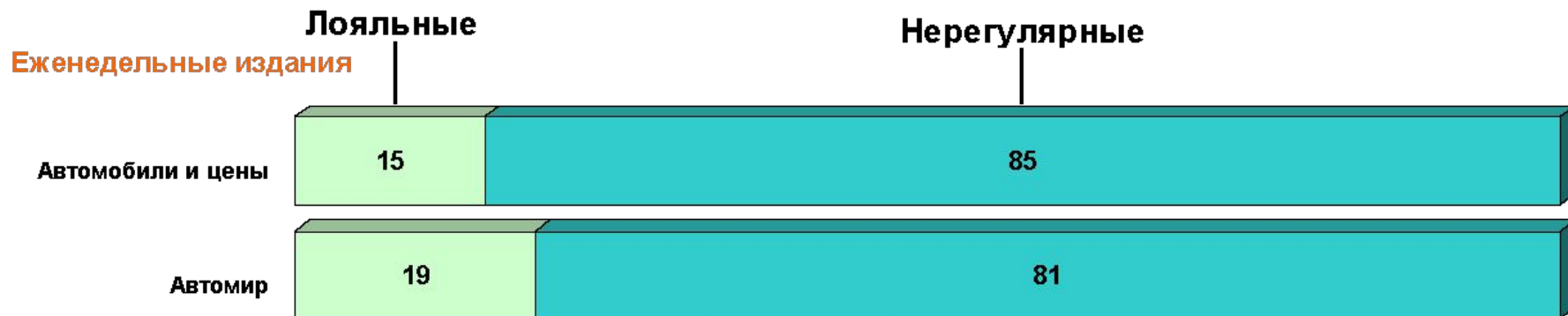
	* Лояльные аудитории*		
	000'	% от москвичей 16+	% от аудитории за полгода
Еженедельные издания			
Автомобили и цены	324.6	3.5	15.1
Автомир	266.0	2.9	18.8
Выходят 1 раз в 2 недели			
Авторевю	218.2	2.4	23.5
Клаксон	174.4	1.9	17.6
За рулем (газета)	101.3	1.1	23.7
МКмобиль	62.4	0.7	19.6
Ежемесячные издания			
За рулем	698.7	7.6	30.9
Top Gear	172.6	1.9	28.6
Автомобили	141.4	1.5	24.8
Тюнинг автомобилей	94.4	1.0	25.6
Пятое колесо	101.9	1.1	25.4
Quattroruote	82.1	0.9	28.8
Форсаж	77.3	0.8	27.7
MAXI Tuning	56.1	0.6	28.1
Мото	65.2	0.7	30.4
Автопанорама	51.0	0.6	23.6
Тюнинг эксперт	38.8	0.4	24.2
МОТОР	43.6	0.5	24.3
CarMusic	22.1	0.2	21.8

* Лояльная аудитория издания – все те, кто читает / просматривает каждый или почти каждый его выпуск

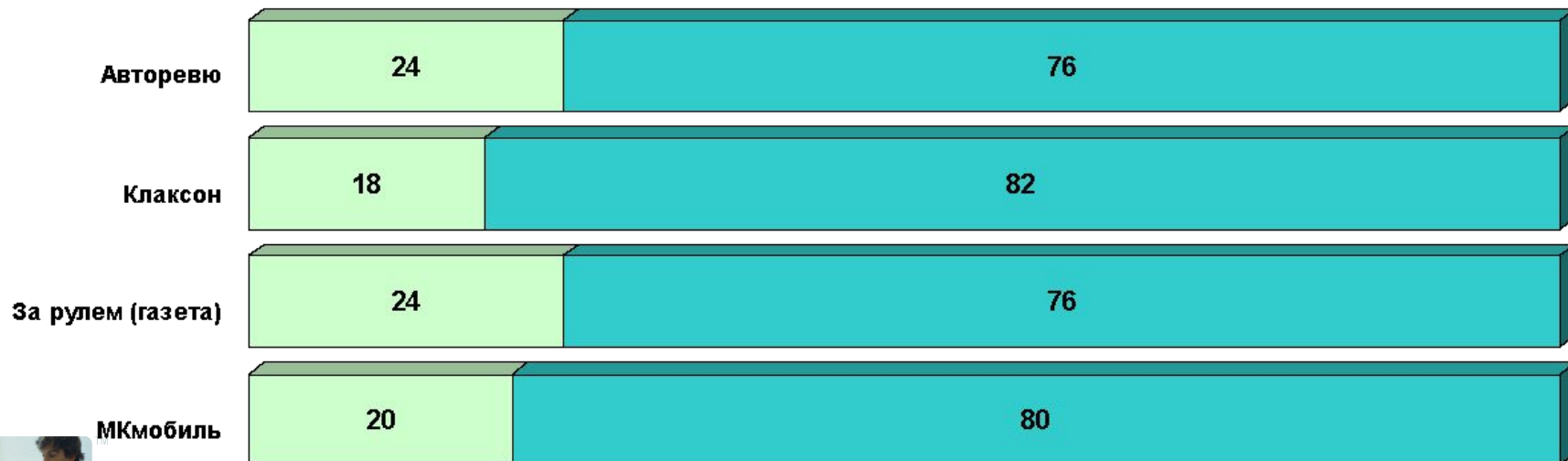


Лояльная аудитория автомобильных изданий (1)

% от полугодовой аудитории каждого издания отдельно



Выходят 1 раз в 2 недели

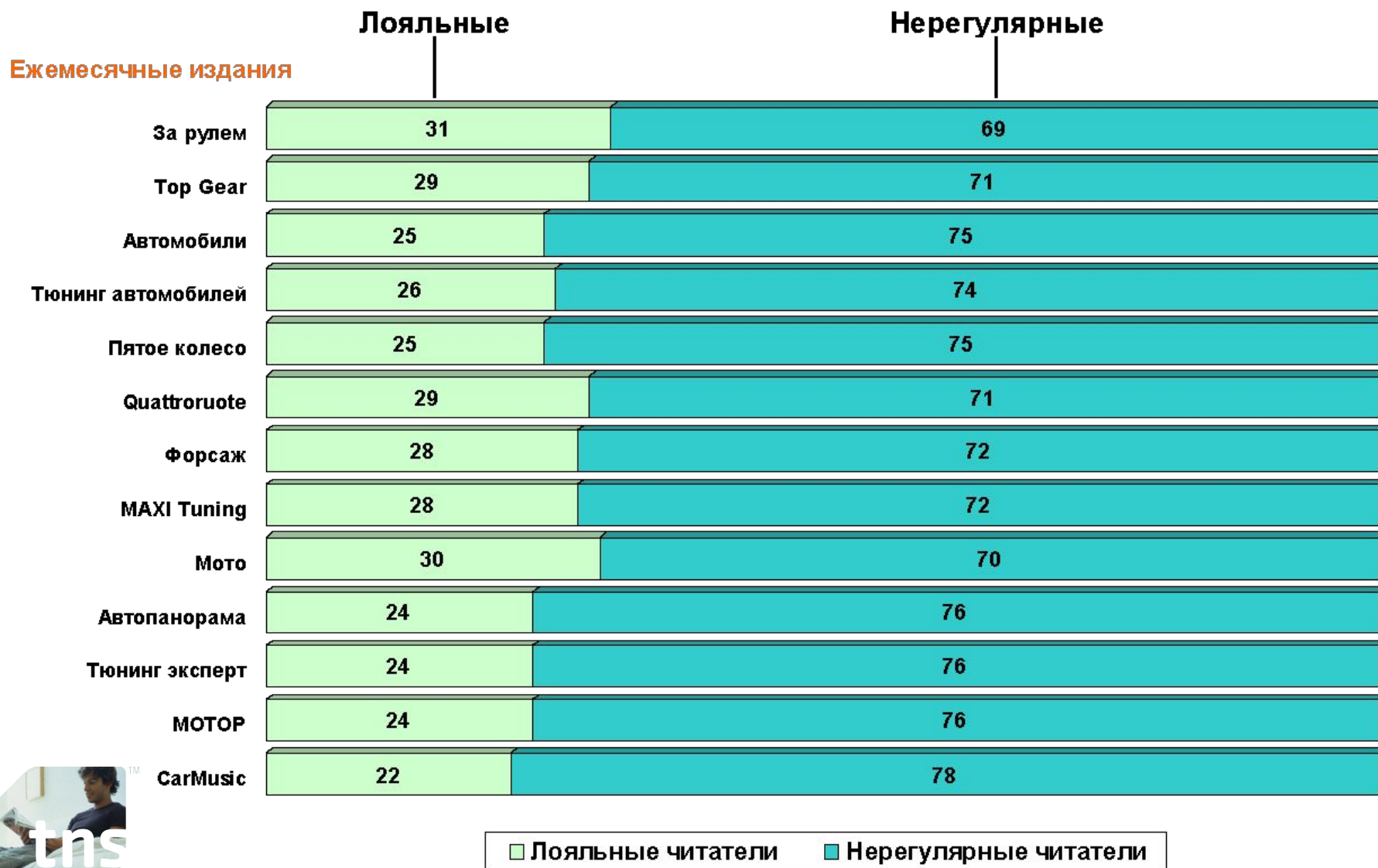


■ Лояльные читатели ■ Нерегулярные читатели



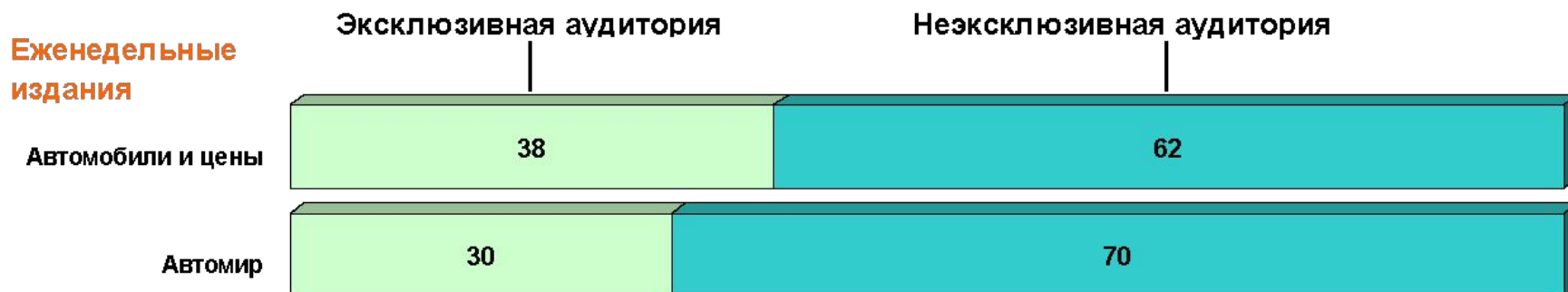
Лояльная аудитория автомобильных изданий (2)

% от полугодовой аудитории каждого издания отдельно



Эксклюзивная аудитория автомобильных изданий (1)*

% от аудитории одного номера каждого издания отдельно



Выходят 1 раз в 2 недели



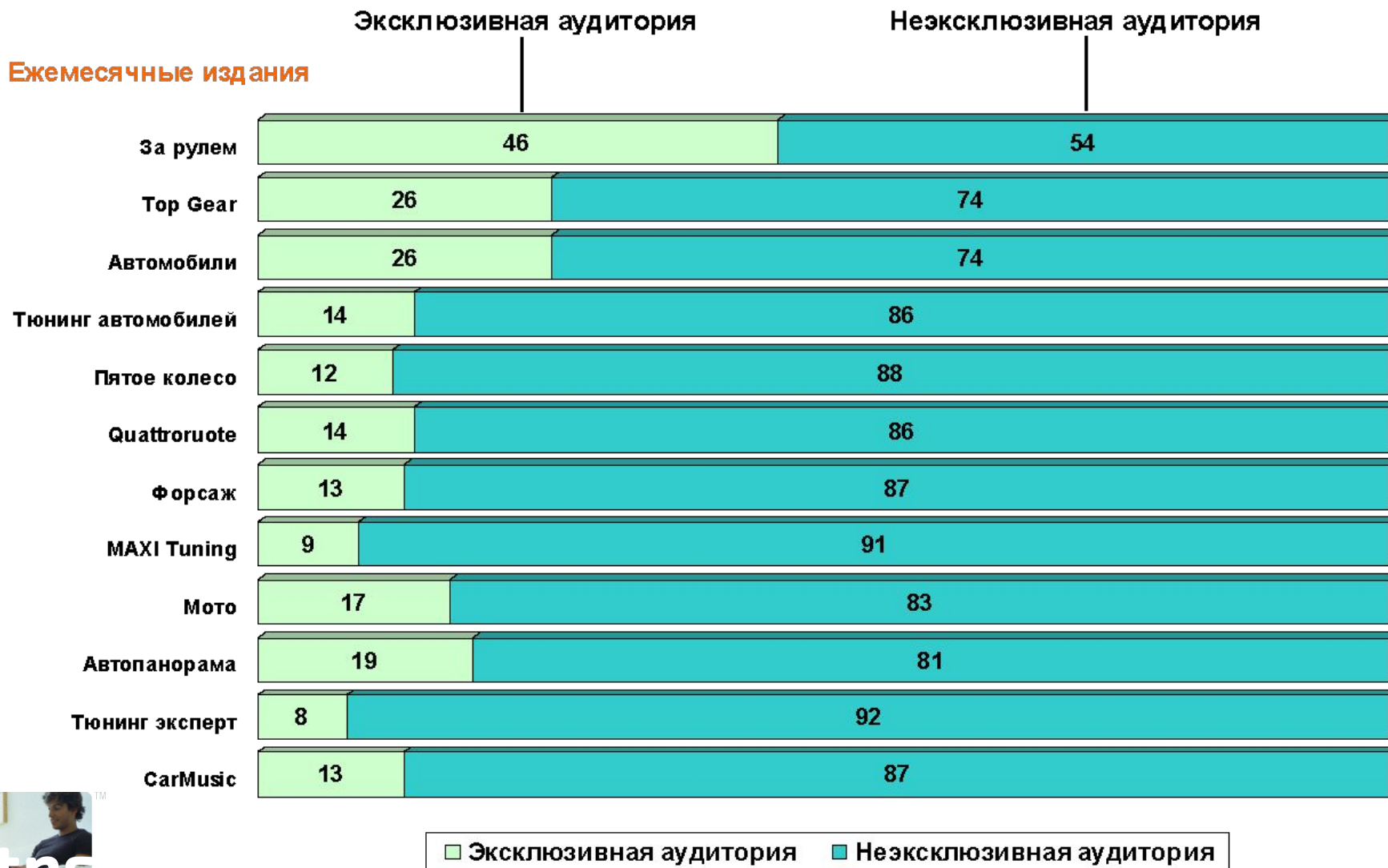
■ Эксклюзивная аудитория ■ Неэксклюзивная аудитория

* Эксклюзивная аудитория – это часть аудитории одного номера издания, которая объединяет людей, читающих или просматривающих только издание X из группы автомобильных изданий



Эксклюзивная аудитория автомобильных изданий (2)*

% от аудитории одного номера* каждого издания отдельно



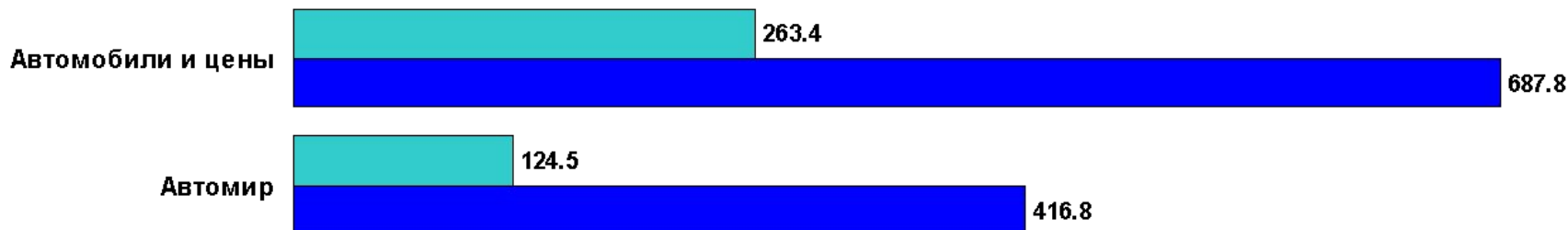
* Эксклюзивная аудитория – это часть аудитории одного номера издания, которая объединяет людей, читающих или просматривающих только издание X из группы автомобильных изданий



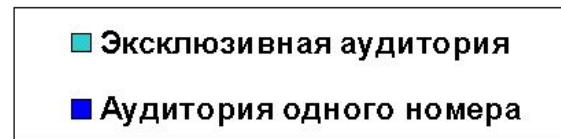
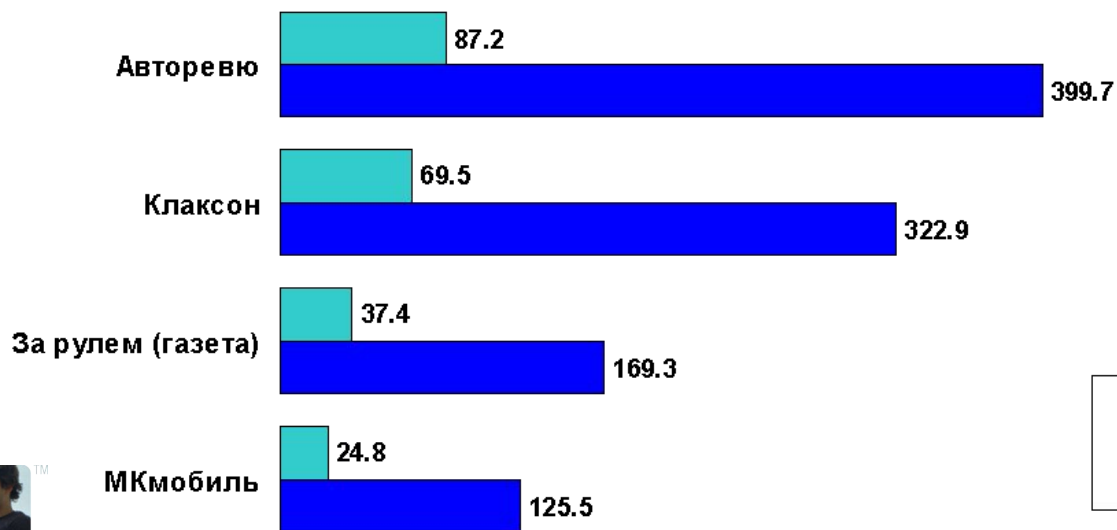
Эксклюзивная аудитория автомобильных изданий (1)

(в тысячах*человек)

Еженедельные издания



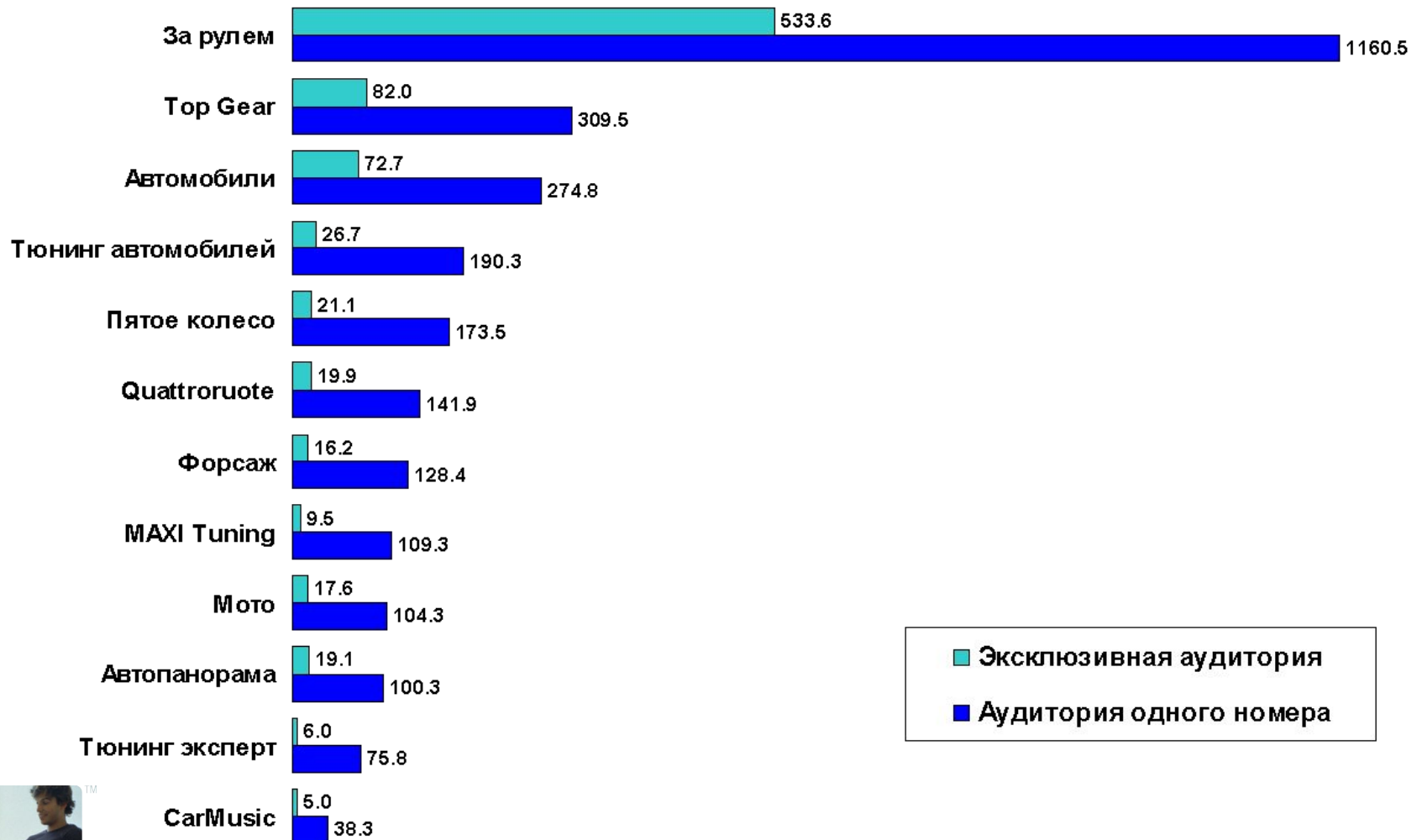
Выходят 1 раз в 2 недели



Эксклюзивная аудитория автомобильных изданий (2)

(в тысячах*человек)

Ежемесячные издания



Аудитория автомобильных изданий в России



Аудитория автомобильных изданий *

(аудитория в городах 100+)

	AIR		Аудитория за полгода		Издательский дом	Год выпуска
	тыс.чел.	%	тыс.чел.	%		
Еженедельные издания						
Автомобили и цены**	1447.4	2.5	4854.2	8.4	Деловой мир	2003
Автомир	1358.4	2.4	4796.2	8.3	Burda	1998
Издаия, выходящие раз в 2 недели						
Клаксон	1225.0	2.1	3885.4	6.7	Клаксон Media	1992
Авторевю	1199.8	2.1	3123.7	5.4	Газета Авторевю	1990
За рулем (газета)	649.8	1.1	1929.3	3.3	За рулем	2006
МКмобиль	175.3	0.3	542.8	0.9	Московский комсомолец	2002
Ежемесячные издания						
За рулем	6181.9	10.7	12955.0	22.4	За рулем	1928
Top Gear	1077.9	1.9	2190.1	3.8	Parlan Publishing	2004
Пятое колесо	935.8	1.6	2451.1	4.2	SPN	1993
Тюнинг автомобилей	922.8	1.6	1844.8	3.2	Game Land	2001
Форсаж	676.1	1.2	1491.3	2.6	Game Land	2004
Quattroruote	622.0	1.1	1173.4	2.0	Burda	2006
Автомобили	608.5	1.1	1393.2	2.4	ЗАО "КБ "Что Делать"	1993
Мото	423.8	0.7	970.3	1.7	За рулем	1991
Автопанорама	367.4	0.6	906.1	1.6	Медиа Панорама	1995

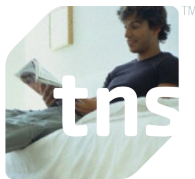
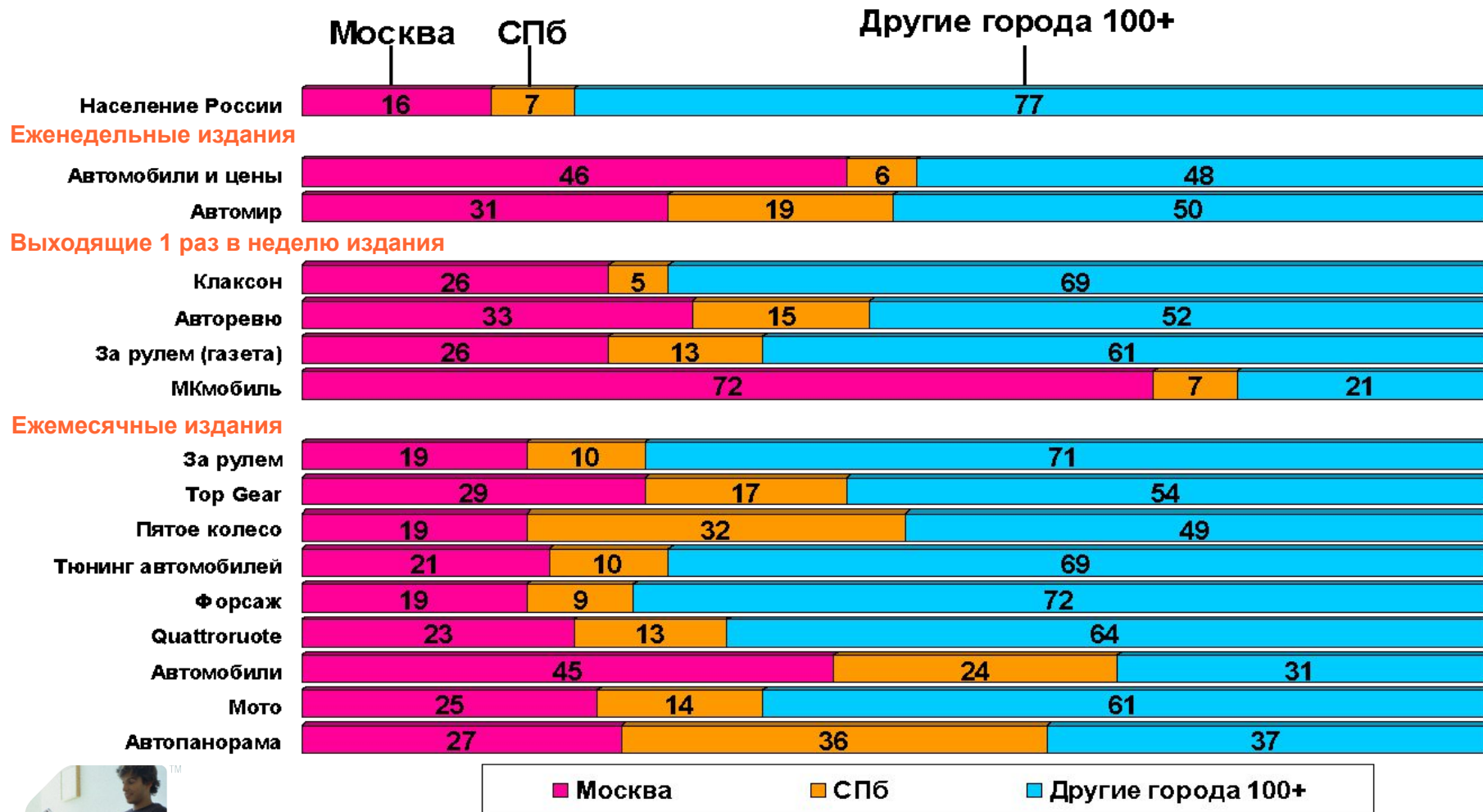
* по данным проекта NRS-Россия. Декабрь 2008 - Апрель 2009

** кварталные данные за Март - Апрель 2009



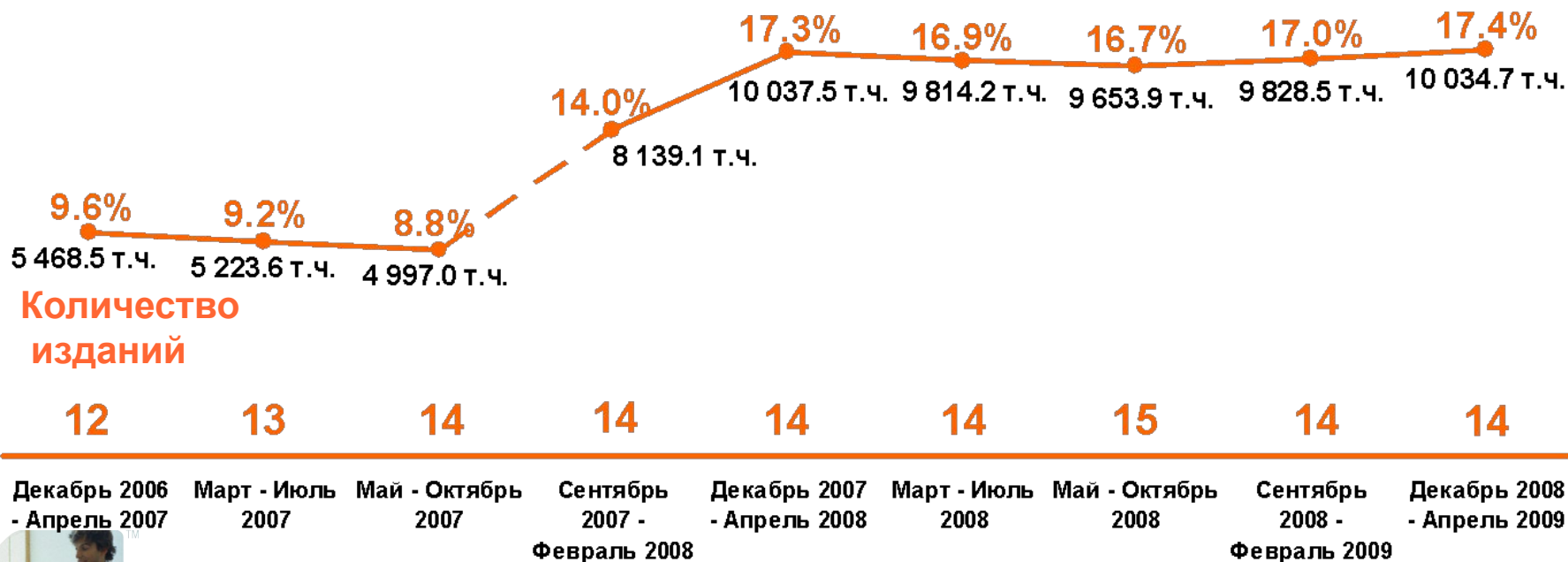
Распределение читательских аудиторий по населенным* пунктам

% от аудитории одного номера каждого издания отдельно



Суммарная аудитория автомобильных изданий (AIR, в тыс.чел. и % от россиян 16+)

РОССИЯ



Количество изданий

12

13

14

14

14

14

15

14

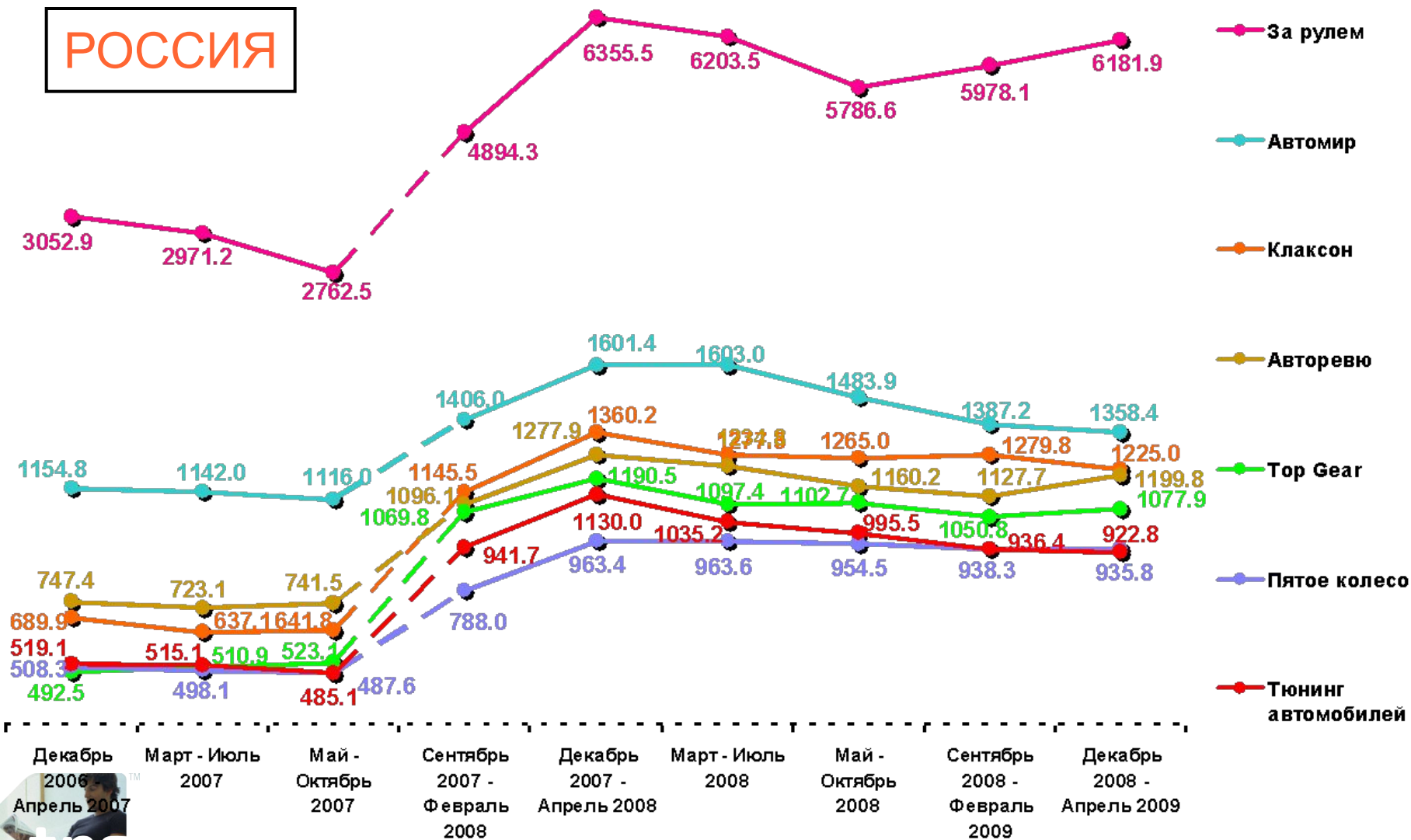
14



Динамика аудитории автомобильных изданий (1)

(AIR, в тысячах человек)

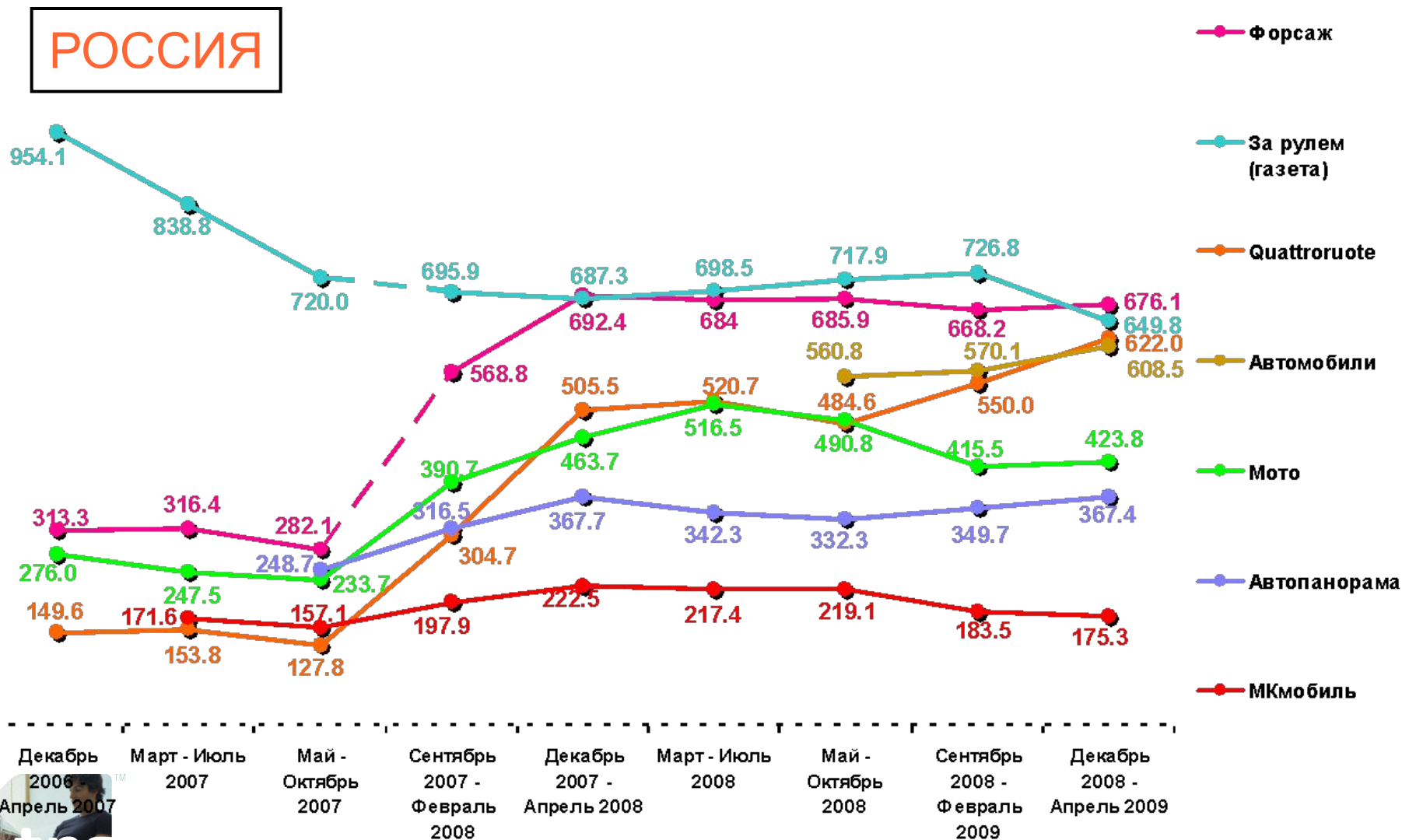
РОССИЯ



Динамика аудитории автомобильных изданий (2)

(AIR, в тысячах человек)

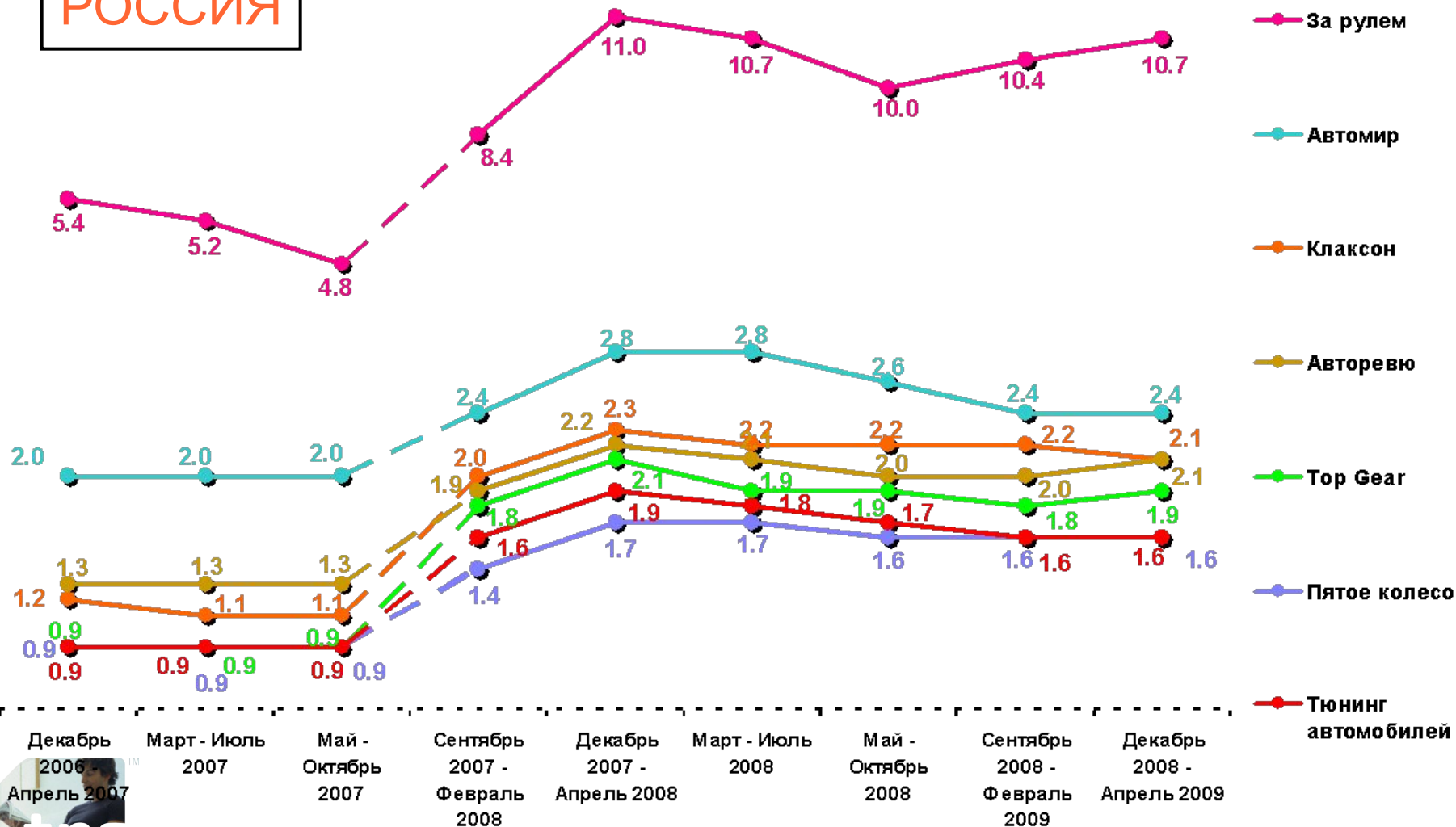
РОССИЯ



Динамика аудитории автомобильных изданий (1)

(AIR, % от россиян 16+)

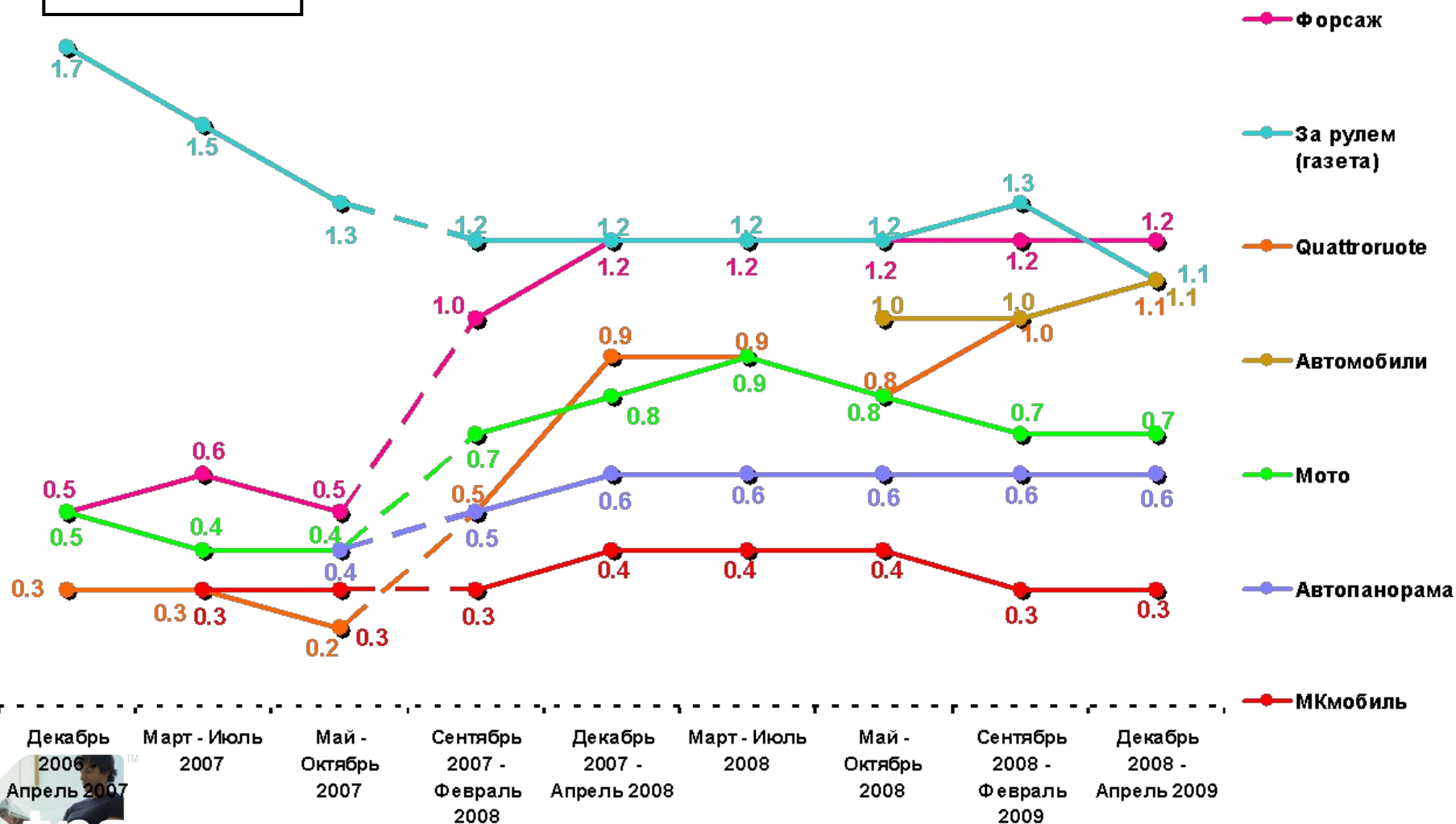
РОССИЯ



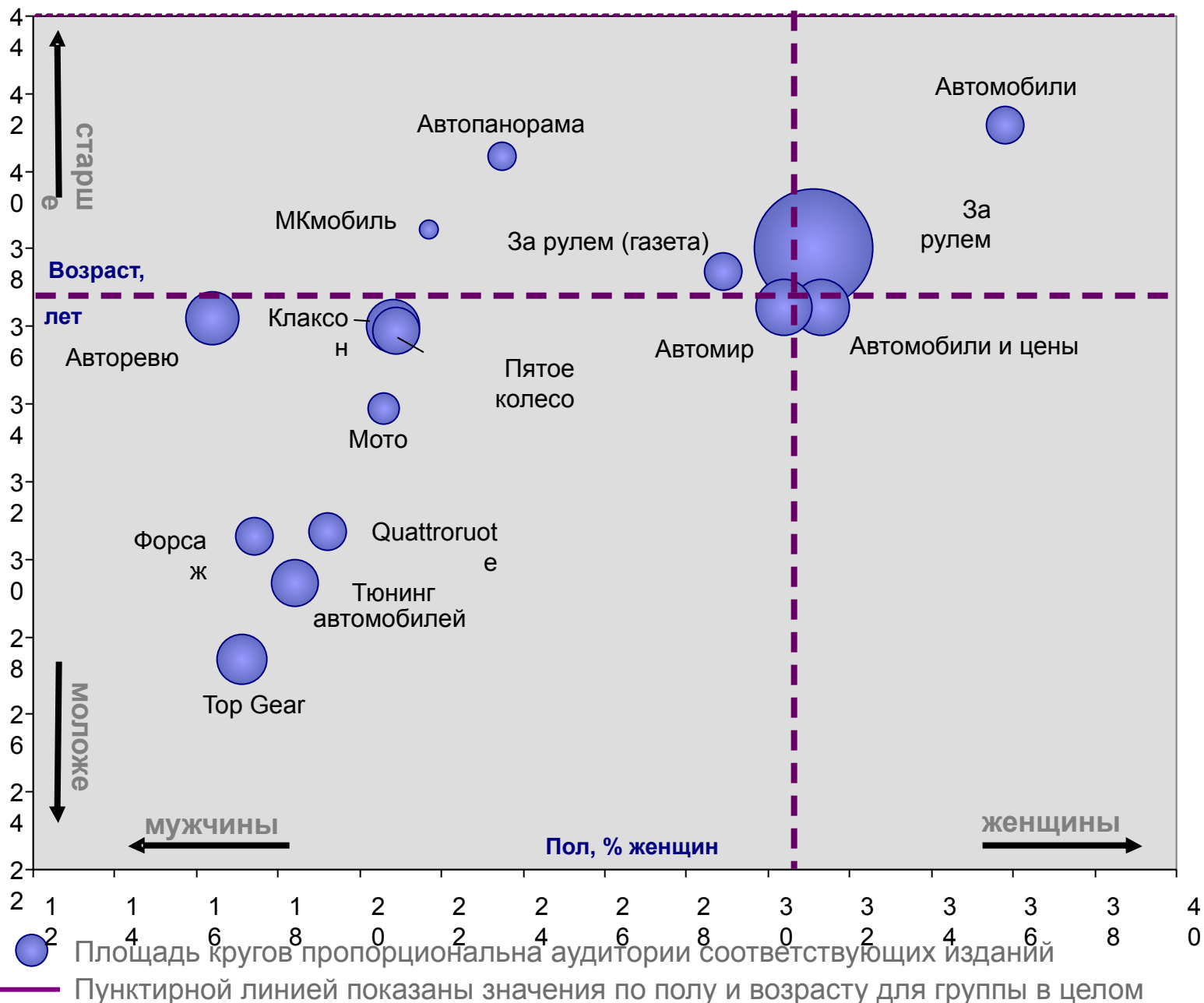
Динамика аудитории автомобильных изданий (1)

(AIR, % от россиян 16+)

РОССИЯ



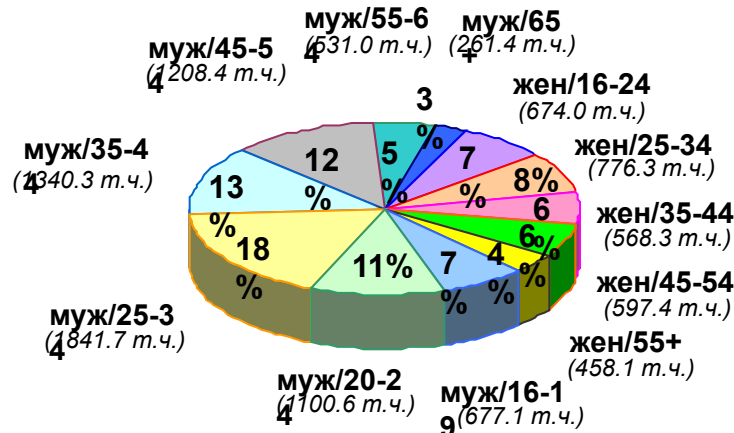
Карта изданий по полу и возрасту



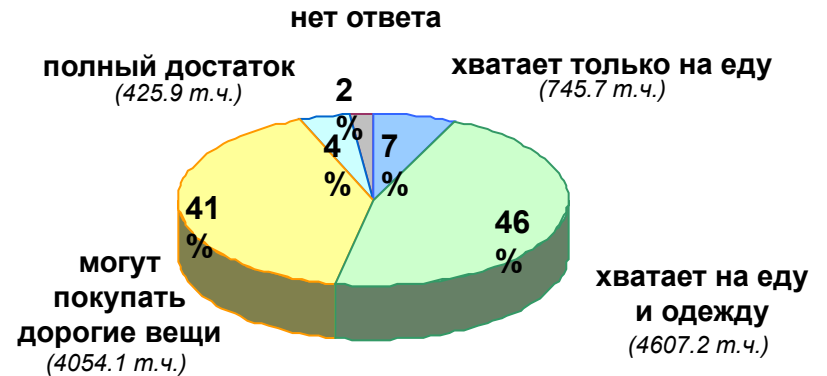
Структура суммарной аудитории автомобильных изданий

РОССИЯ

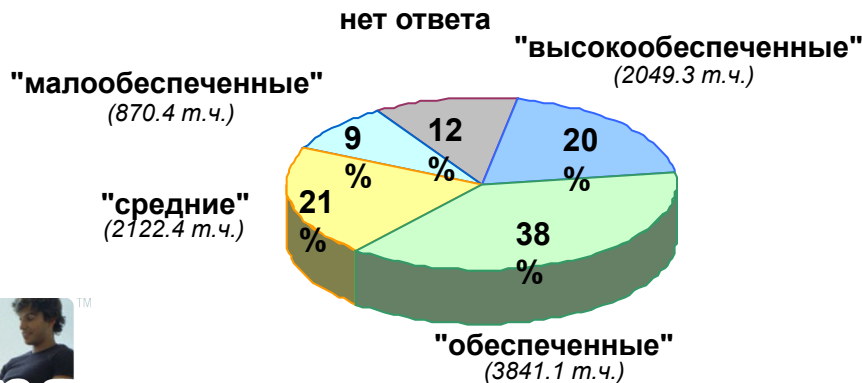
Пол / возраст



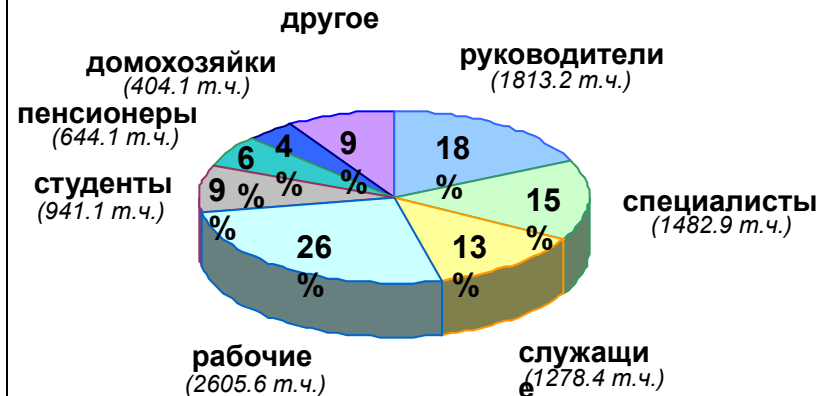
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус



Индекс соответствия целевой группе (Affinity Index^{*})

Показывает, во сколько раз доля целевой группы в аудитории издания отличается от доли целевой группы среди населения в целом.

Индекс больше 100 говорит о том, что целевая группа сконцентрирована в аудитории издания.

Например, рассмотрим руководителей в суммарной аудитории автомобильных изданий

Доля руководителей среди населения России – 11.5%

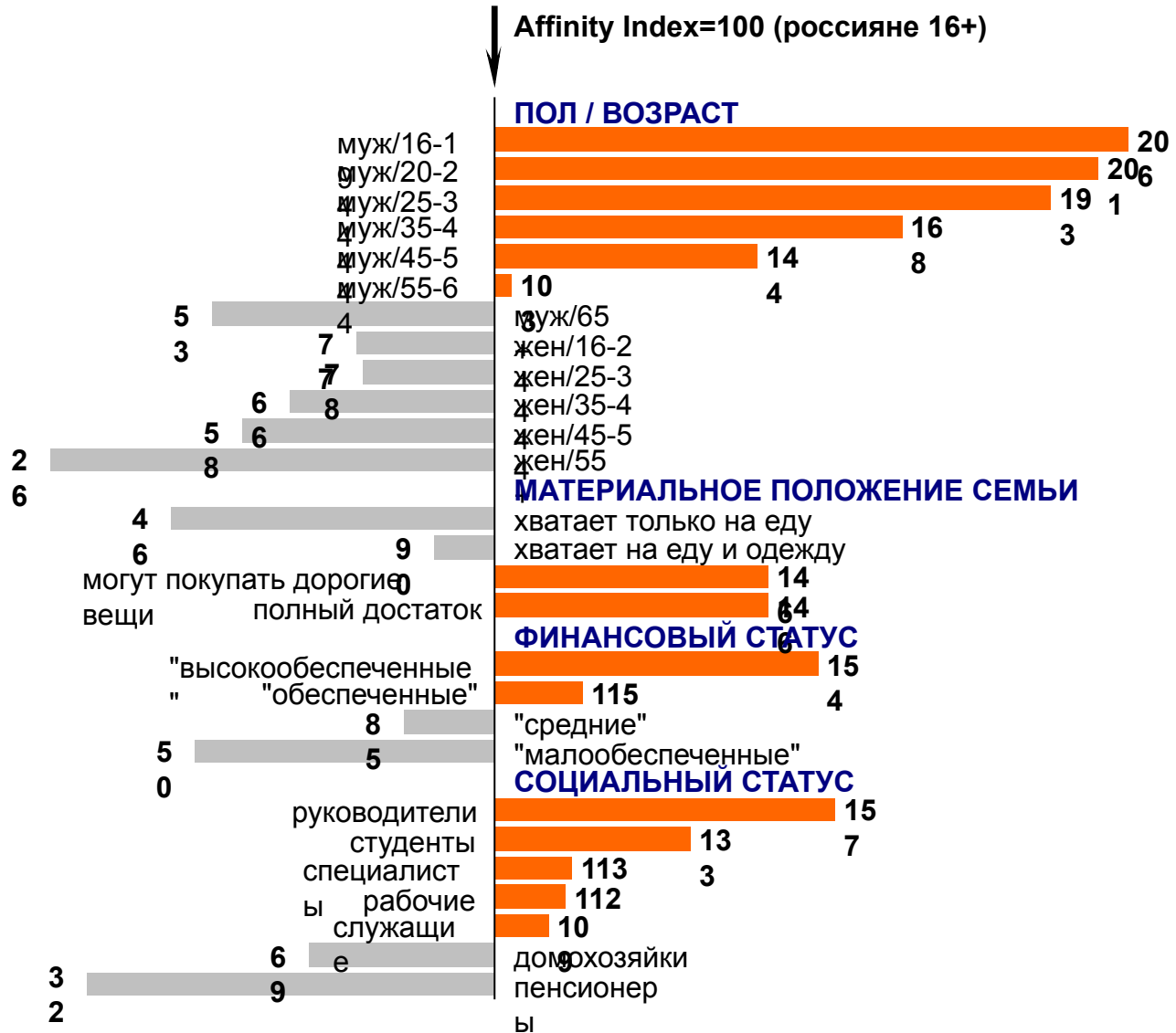
Доля руководителей в аудитории Автомобильных изданий – 18.1%

$$\text{Индекс соответствия} = \frac{18.1}{11.5} * 100 = 157$$



Профиль суммарной аудитории автомобильных изданий

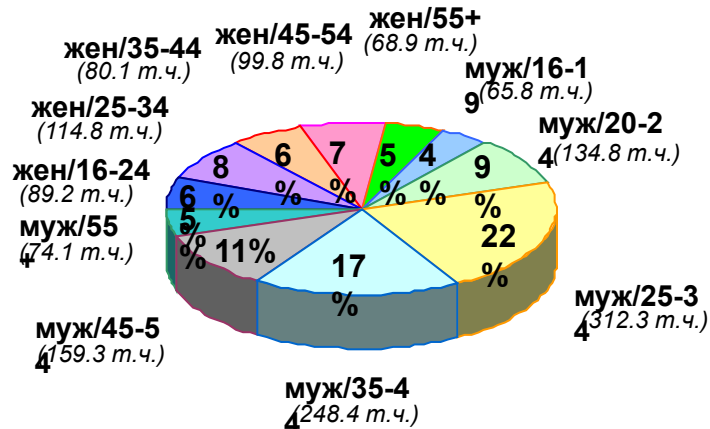
РОССИЯ



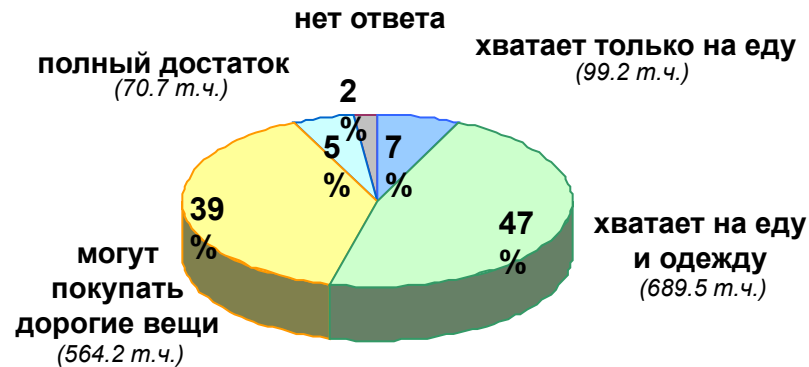
Структура аудитории издания «Автомобили и цены»

РОССИЯ

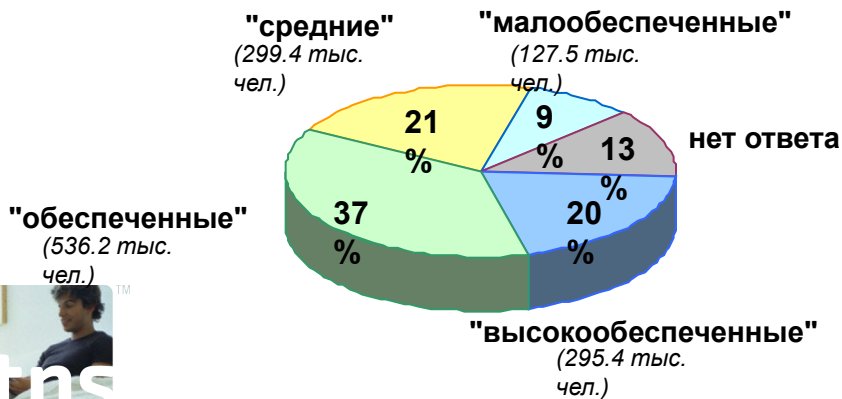
Пол / возраст



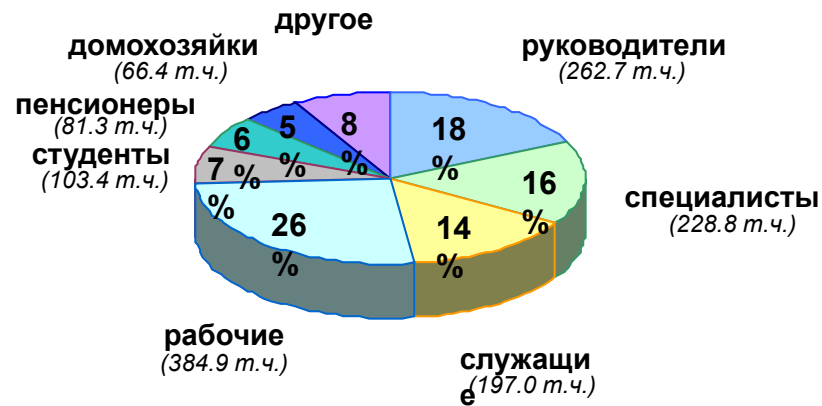
Материальное положение семьи



Финансовый статус

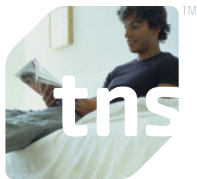
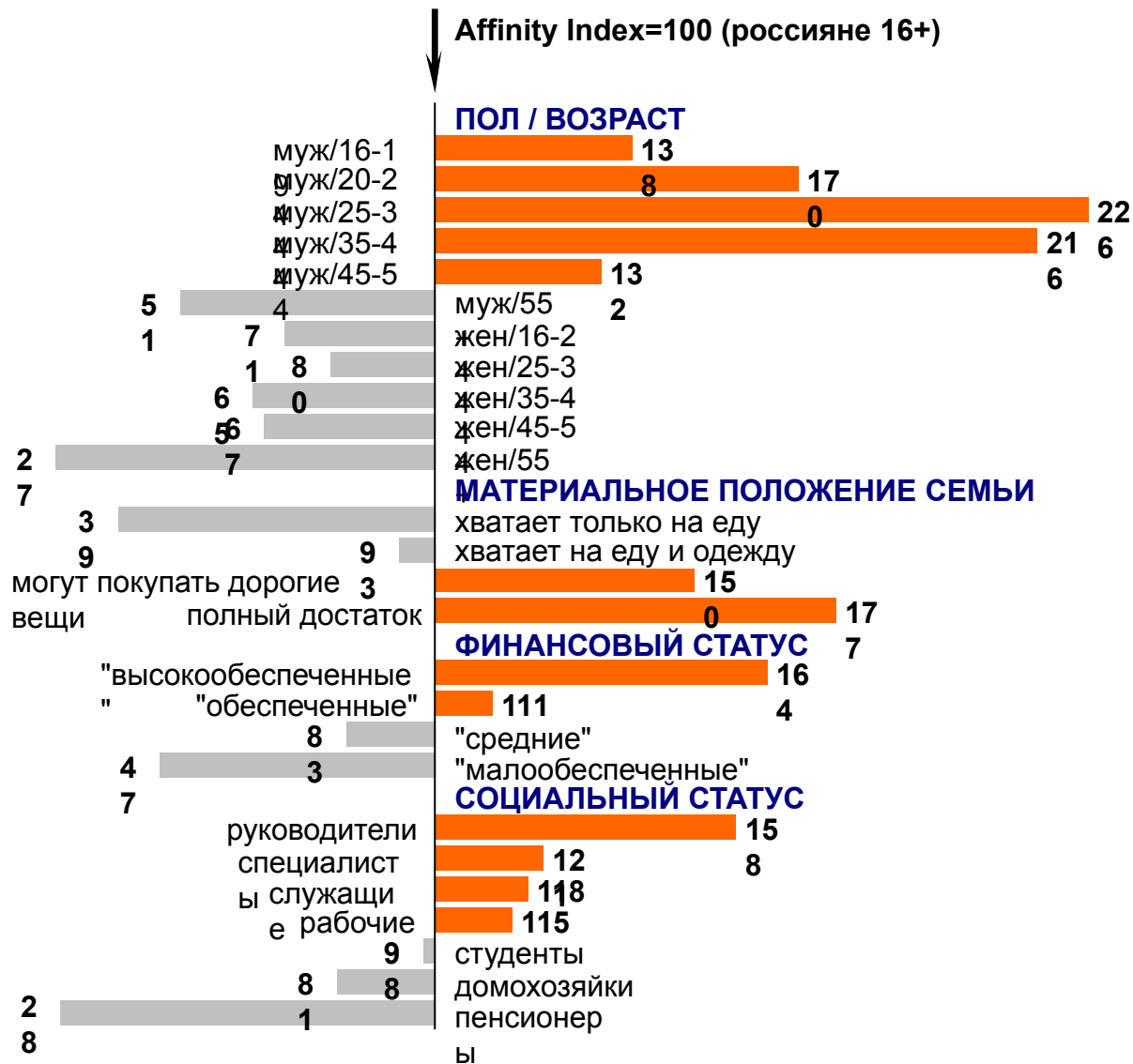


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Автомобили и цены»

РОССИЯ

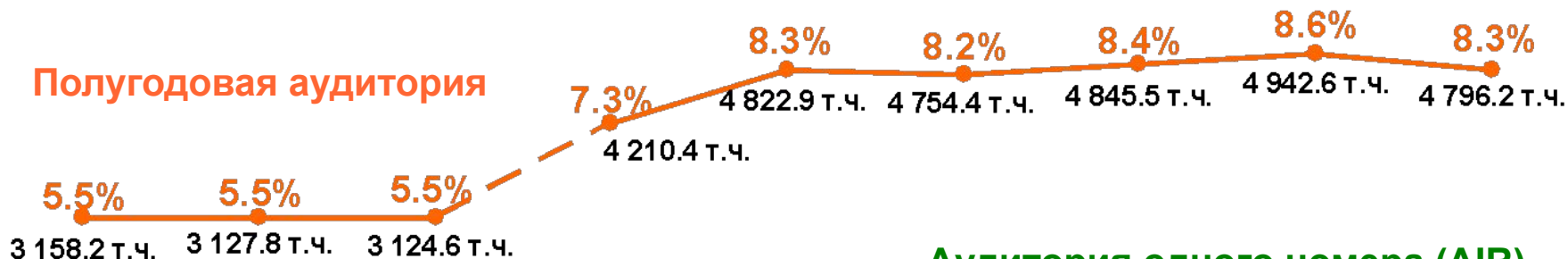


Динамика аудитории издания «Автомир»

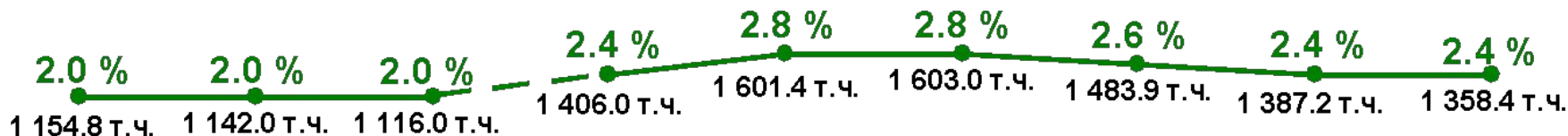
(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

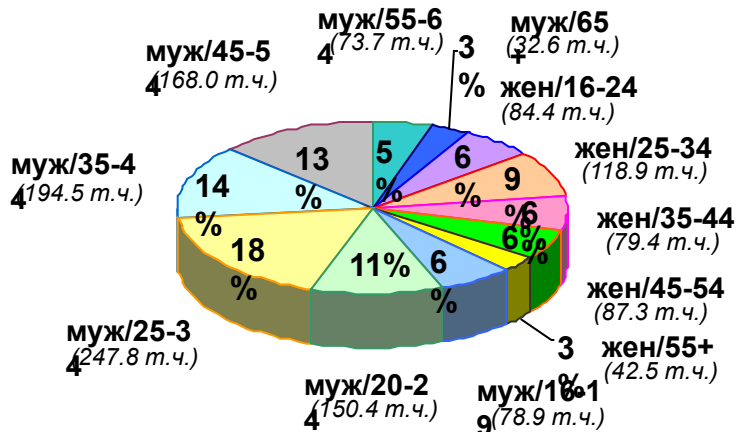
Декабрь 2008
- Апрель 2009



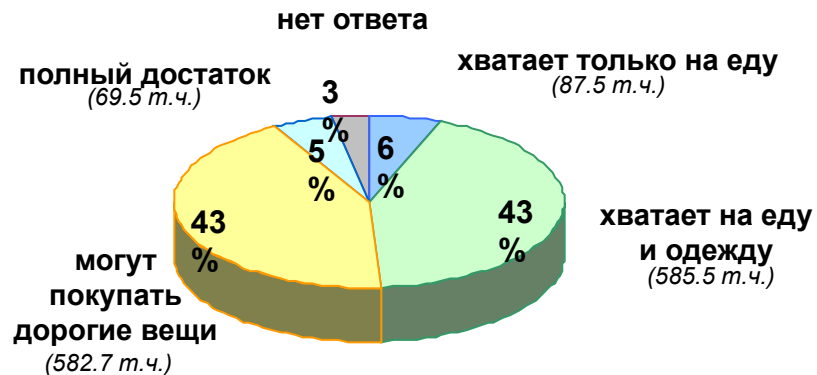
Структура аудитории издания «Автомир»

РОССИЯ

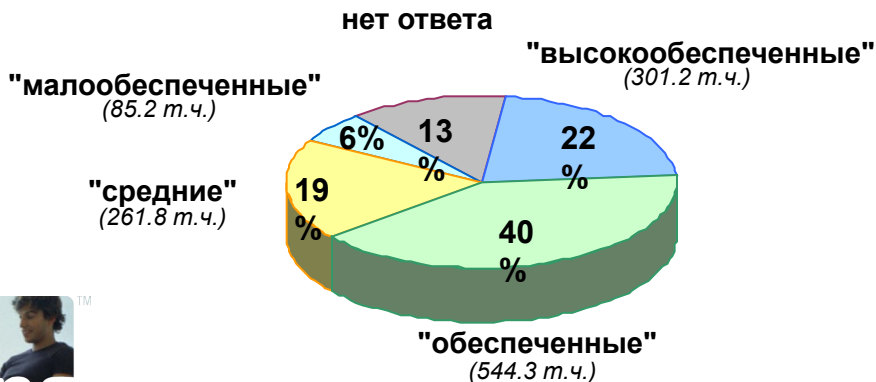
Пол / возраст



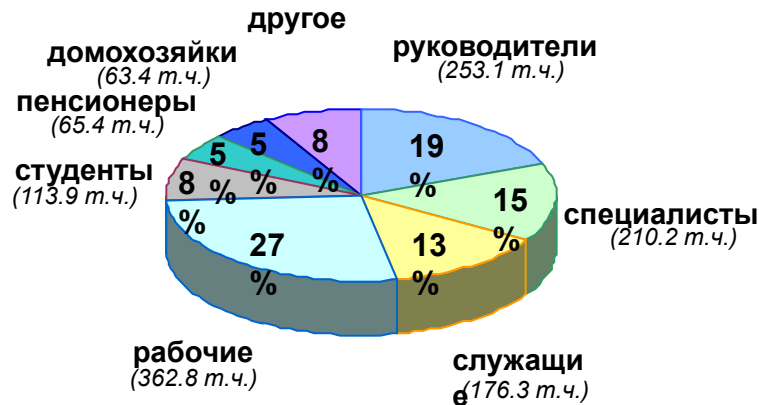
Материальное положение семьи



Финансовый статус

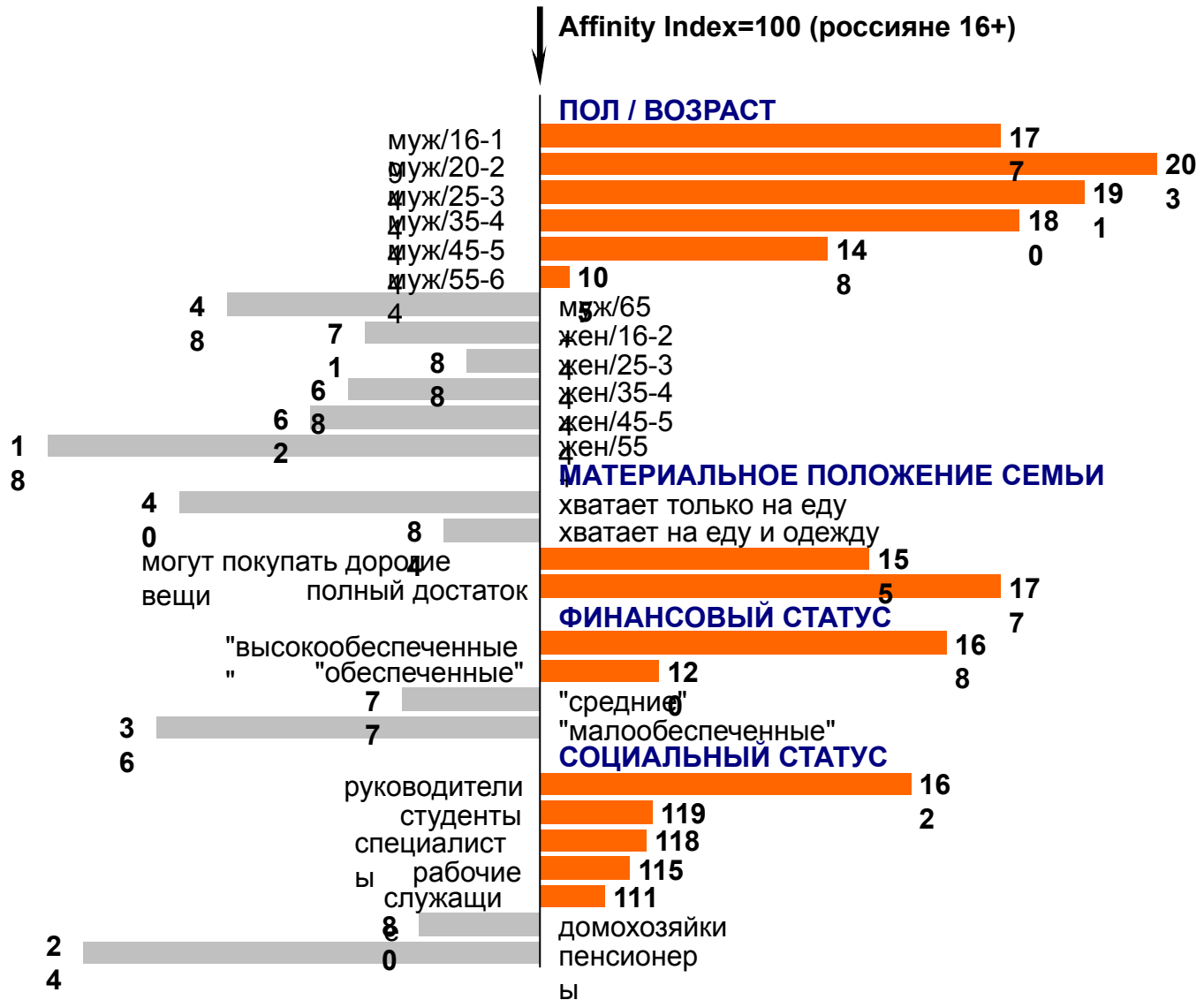


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Автомир»

РОССИЯ

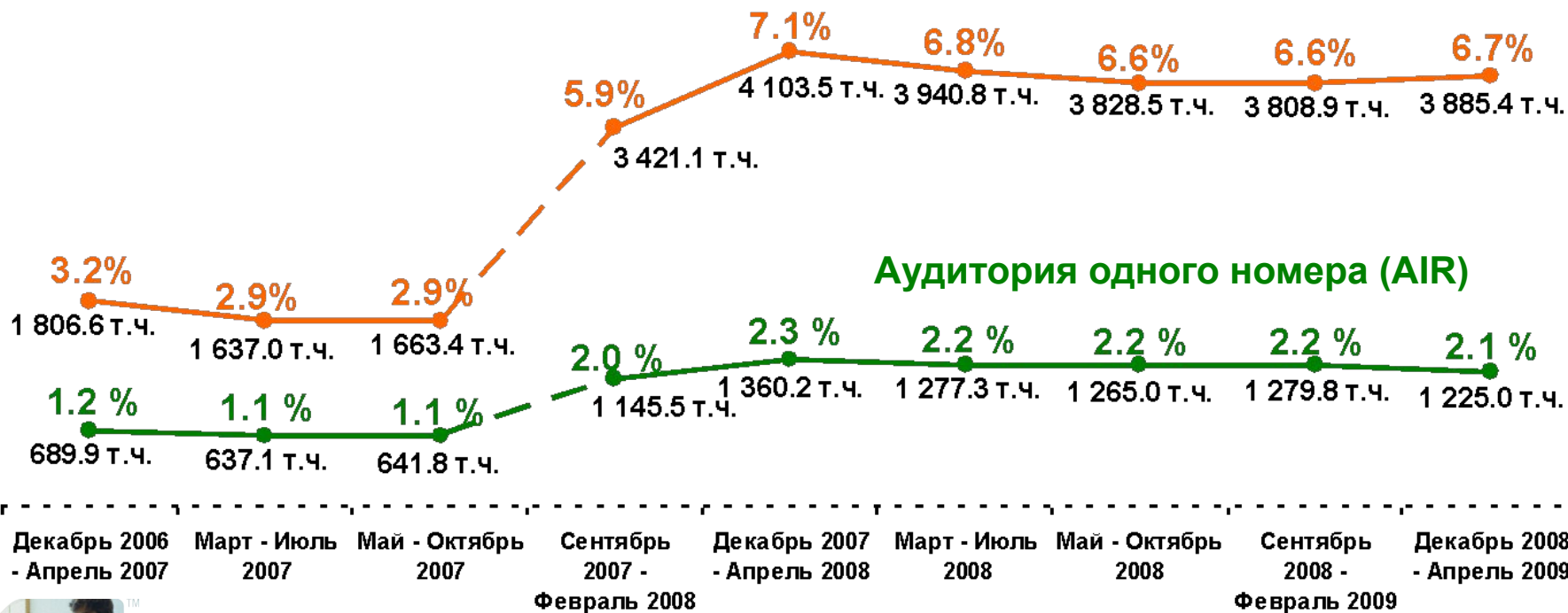


Динамика аудитории издания «Клаксон»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

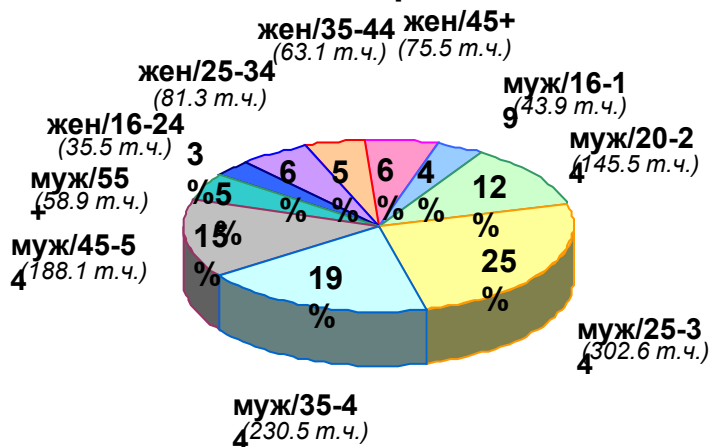
Полугодовая аудитория



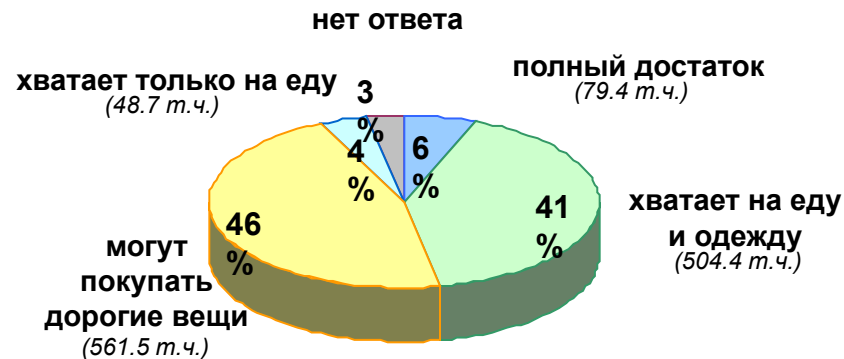
Структура аудитории издания «Клаксон»

РОССИЯ

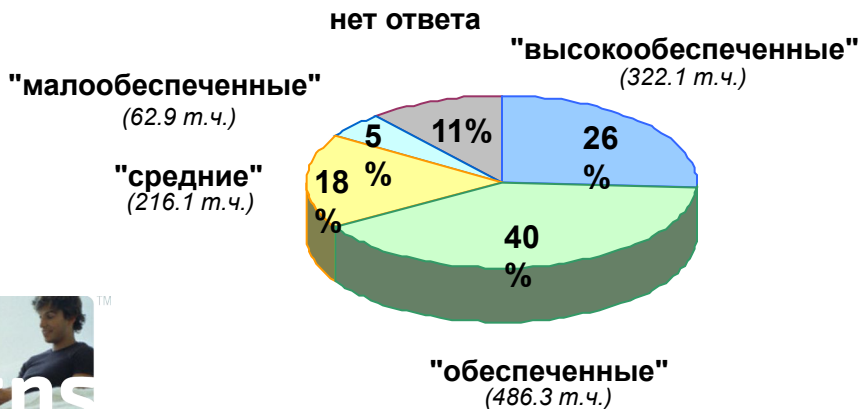
Пол / возраст



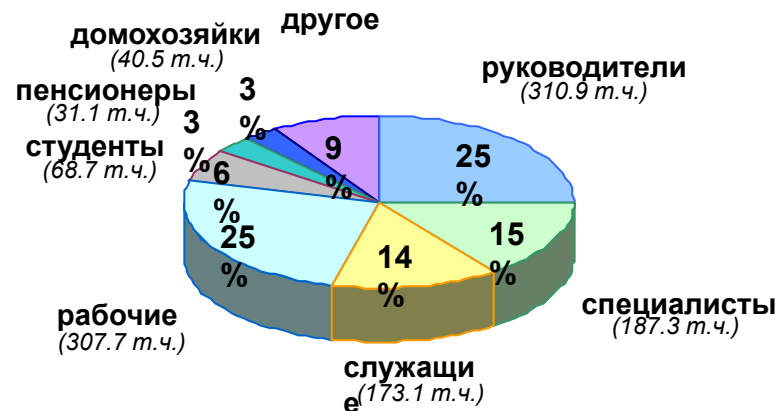
Материальное положение семьи



Финансовый статус

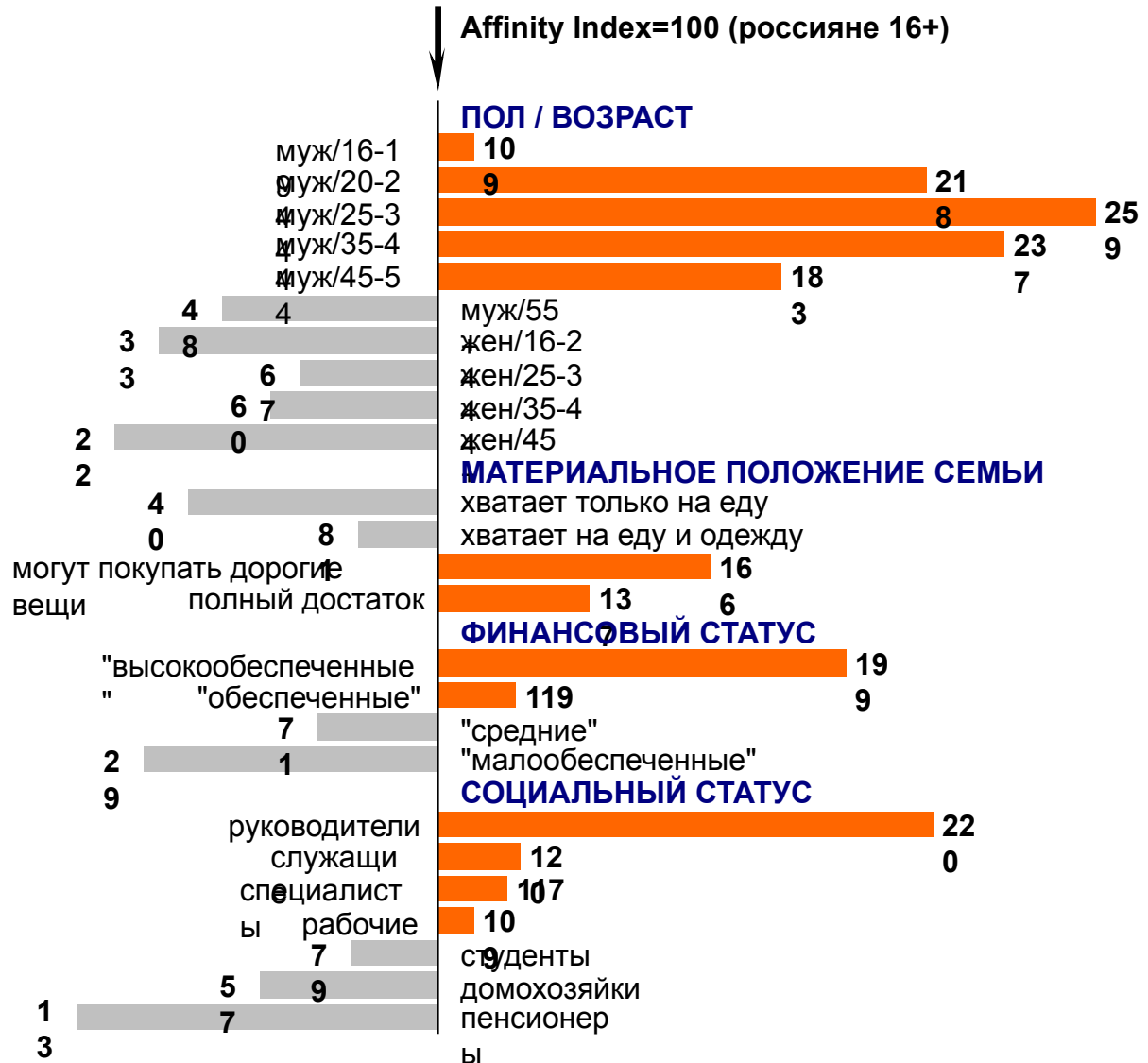


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Клаксон»

РОССИЯ

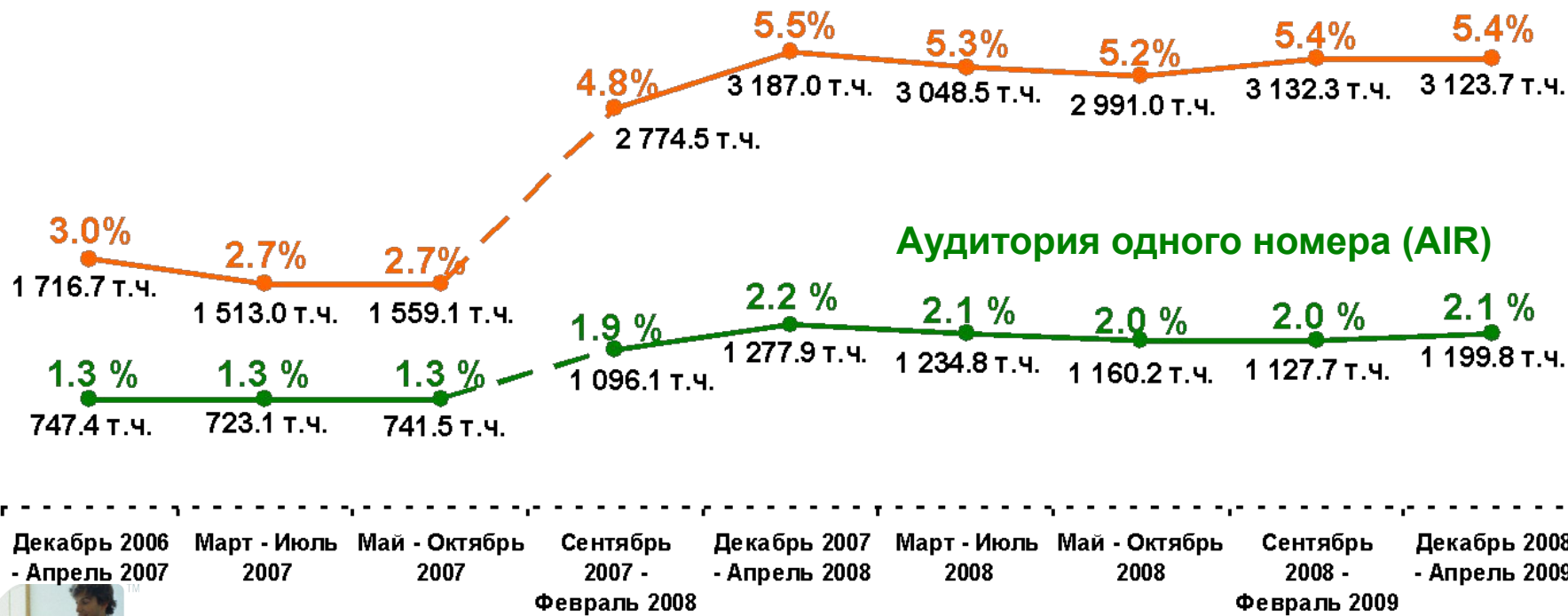


Динамика аудитории издания «Авторевю»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

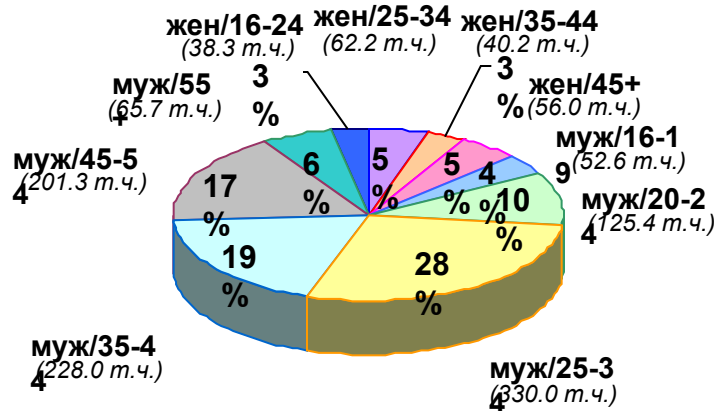
Полугодовая аудитория



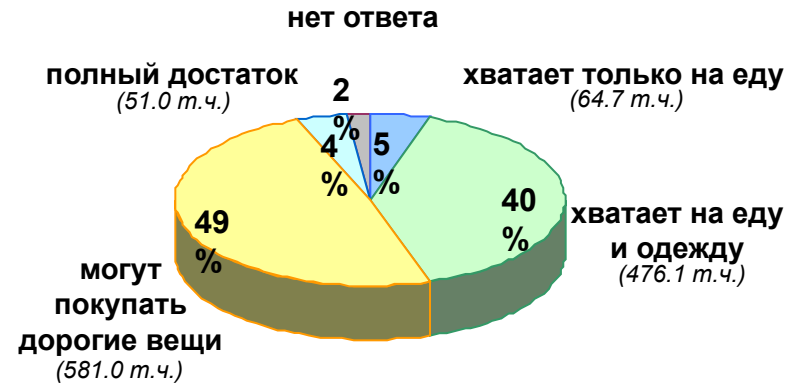
Структура аудитории издания «Авторевю»

РОССИЯ

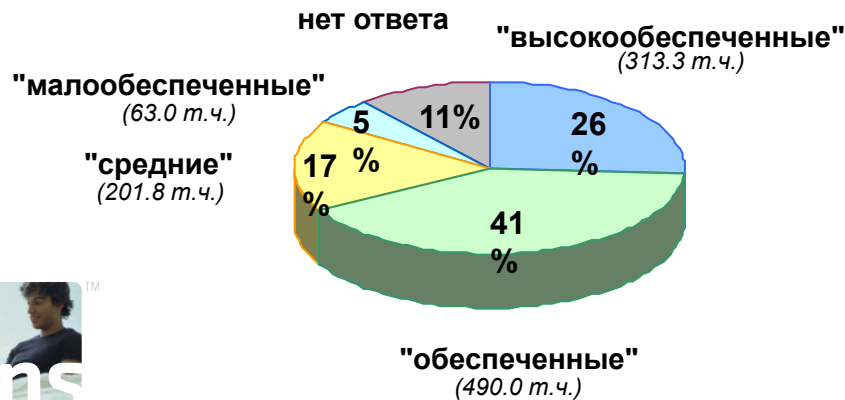
Пол / возраст



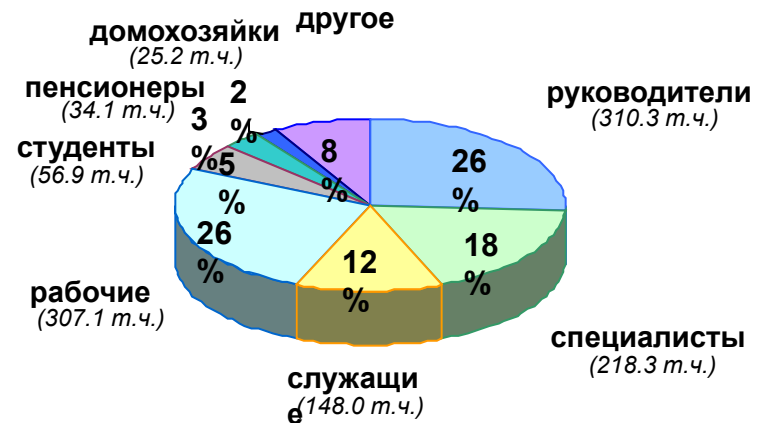
Материальное положение семьи



Финансовый статус

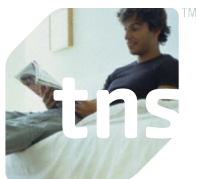
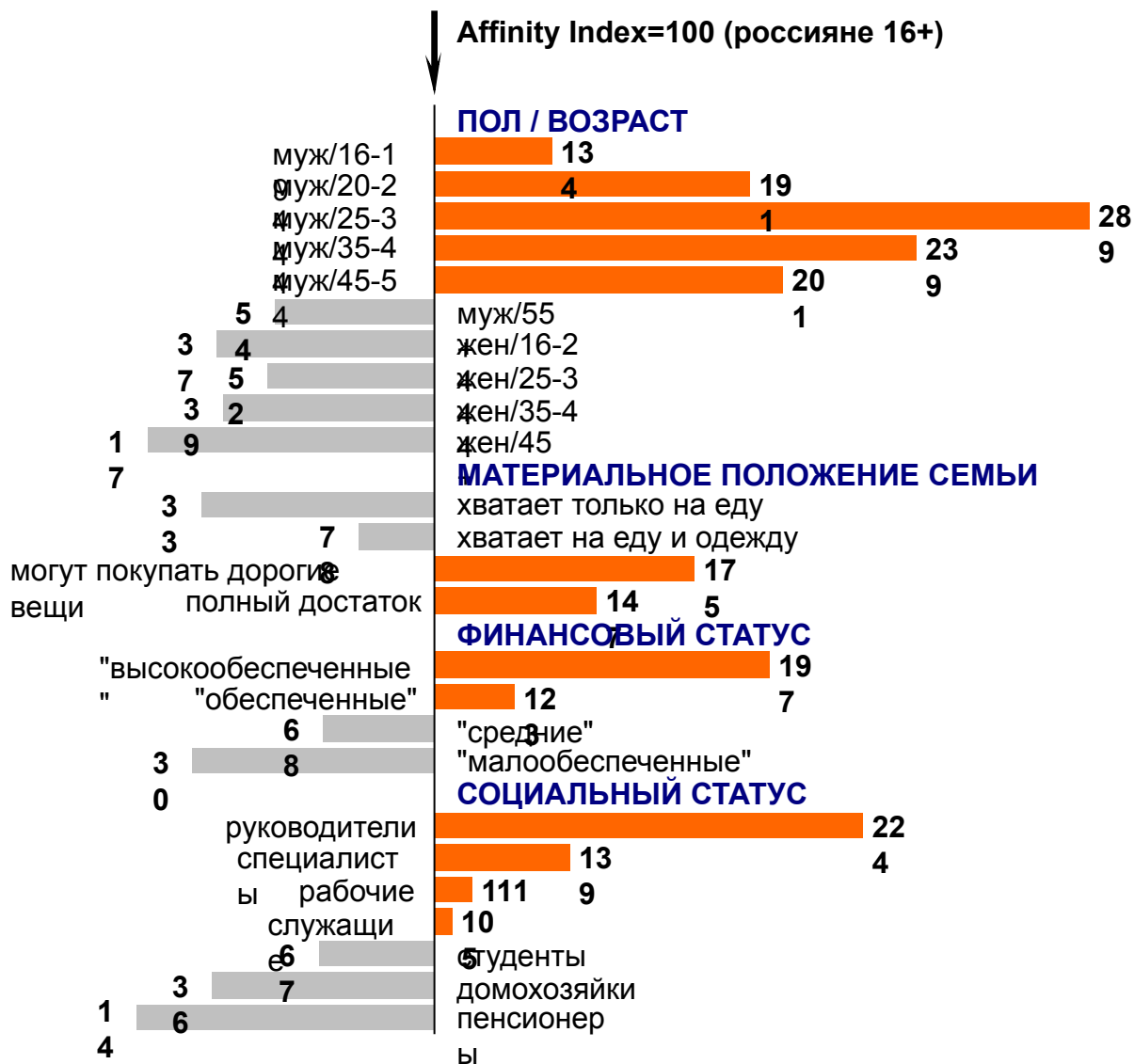


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Авторевю»

РОССИЯ

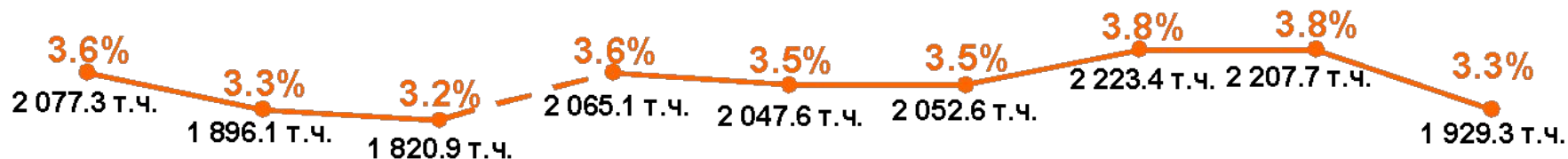


Динамика аудитории издания «За рулем*(газета)»

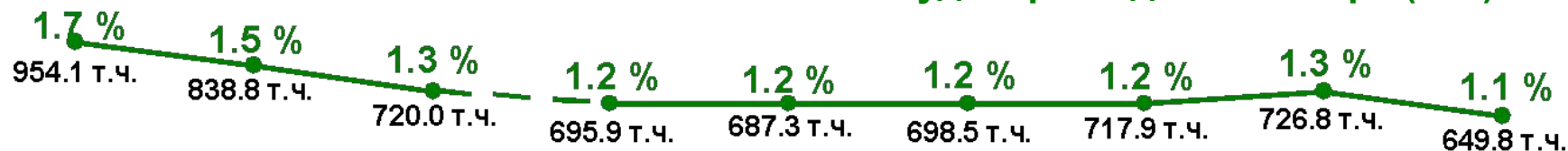
(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

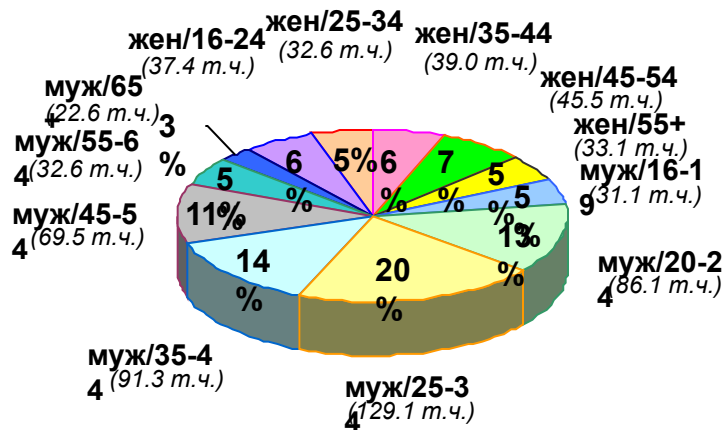
Декабрь 2008
- Апрель 2009



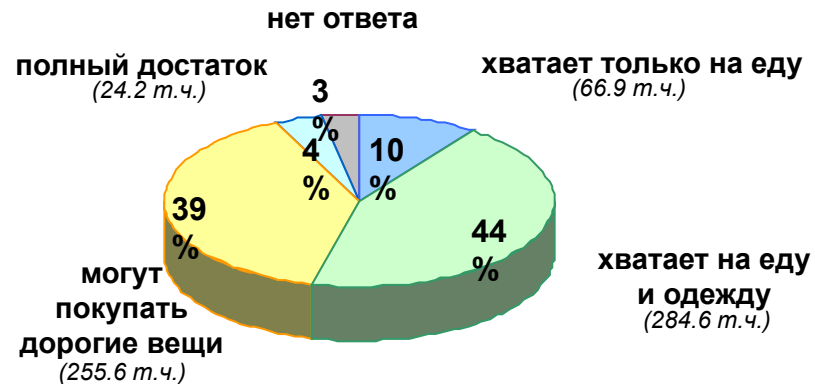
Структура аудитории издания «За рулем (газета)»

РОССИЯ

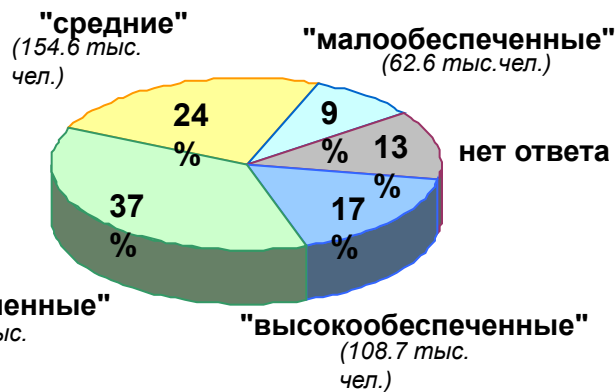
Пол / возраст



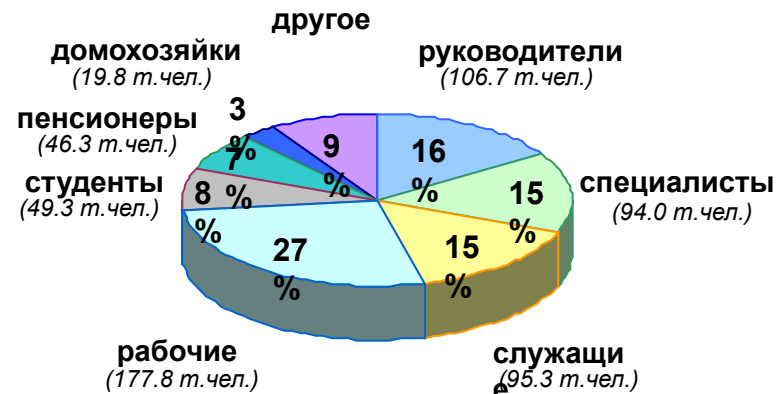
Материальное положение семьи



Финансовый статус

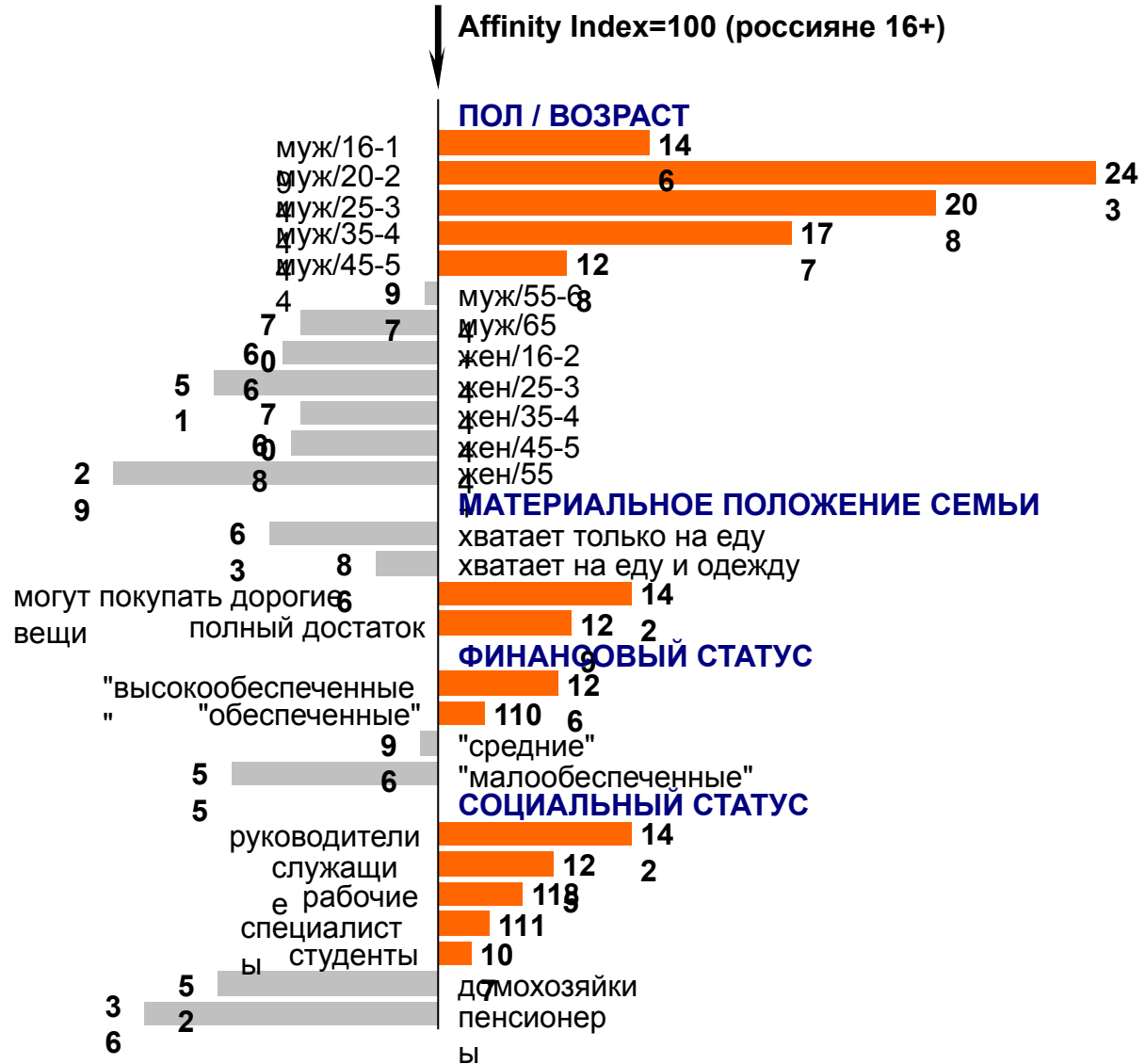


Социальный статус



Профиль аудитории издания «За рулем (газета)»

РОССИЯ

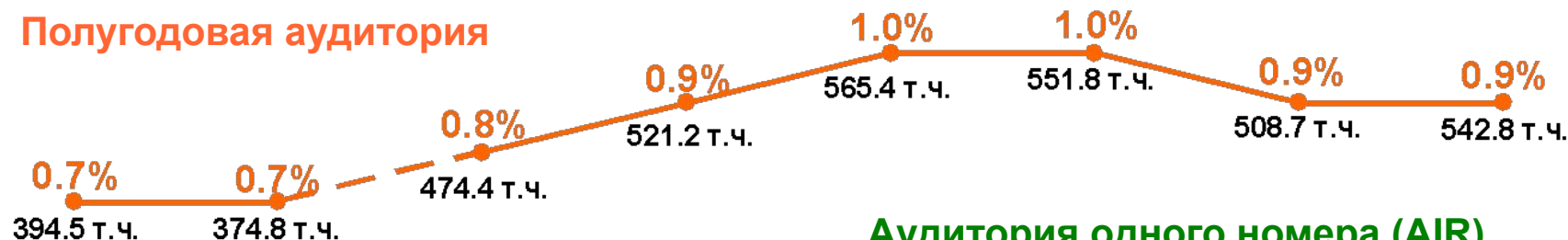


Динамика аудитории издания «МКмобиль»

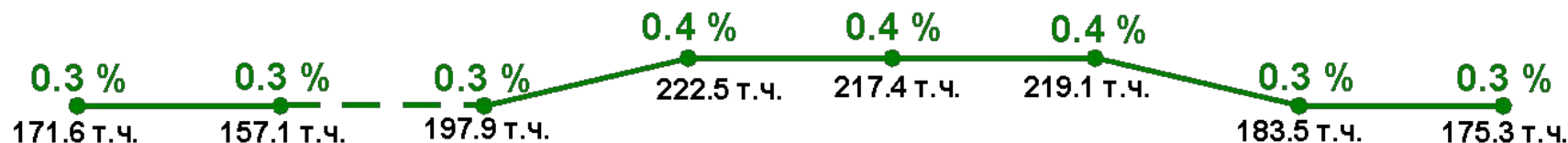
(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь 2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007 -
Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь 2008 -
Февраль 2009

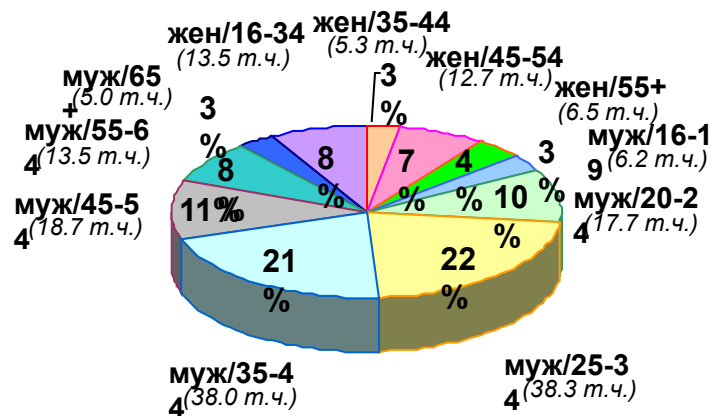
Декабрь 2008 -
Апрель 2009



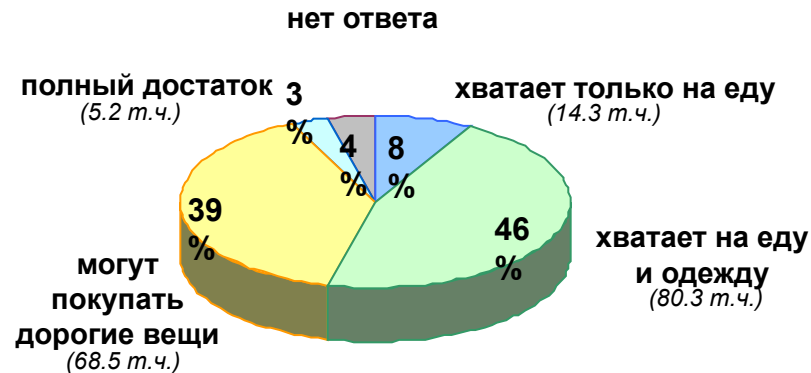
Структура аудитории издания «МКмобиль»

РОССИЯ

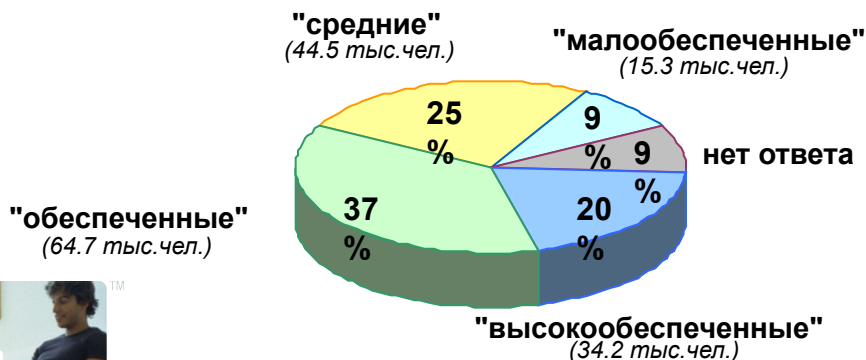
Пол / возраст



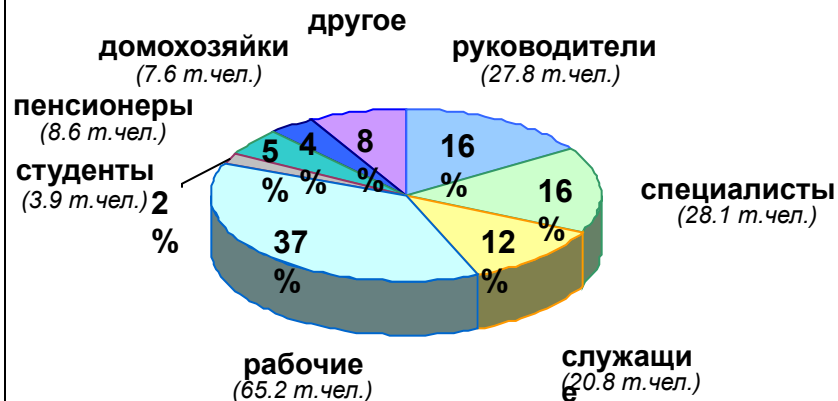
Материальное положение семьи



Финансовый статус

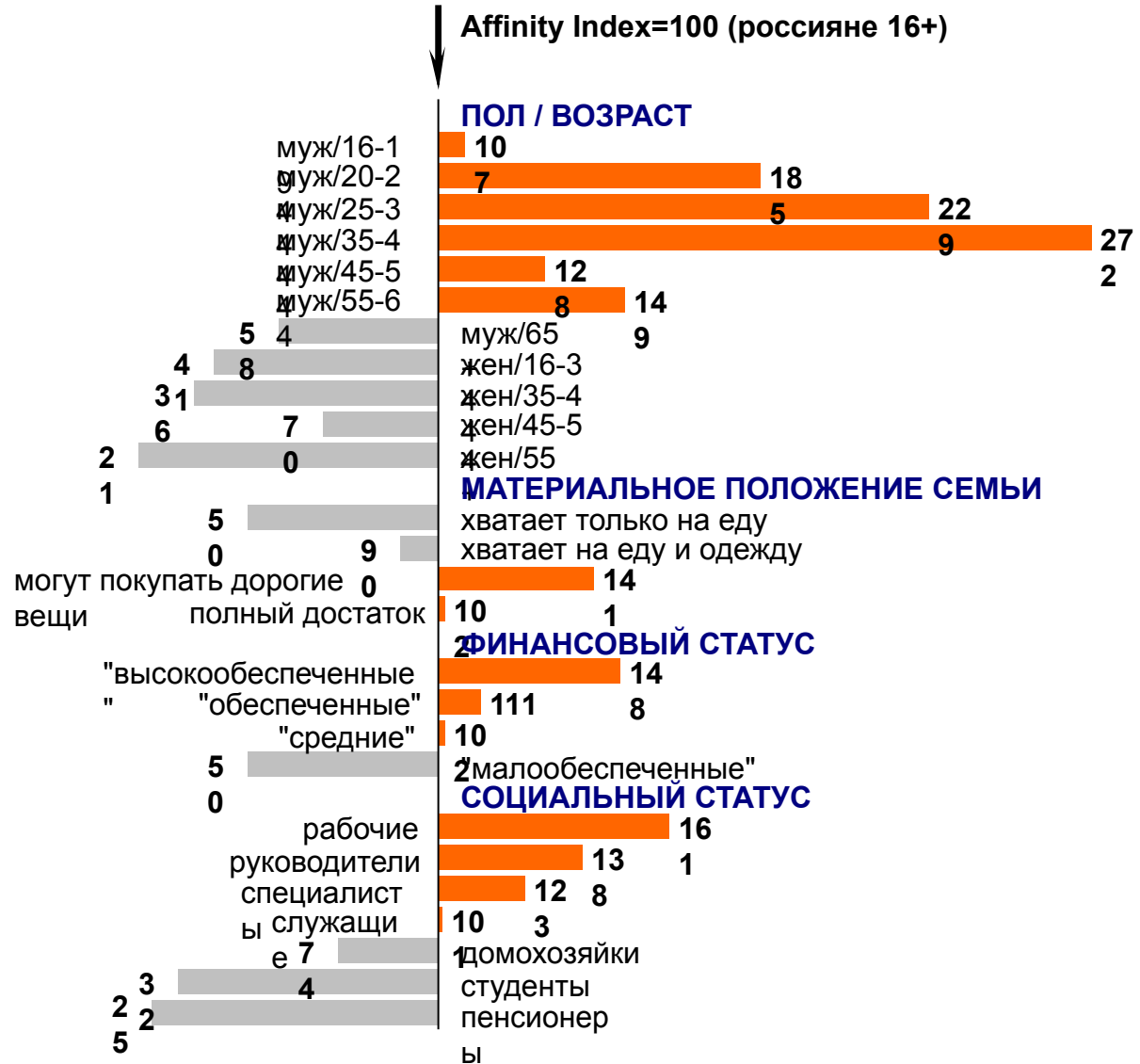


Социальный статус



Профиль аудитории издания «МКмобиль»

РОССИЯ

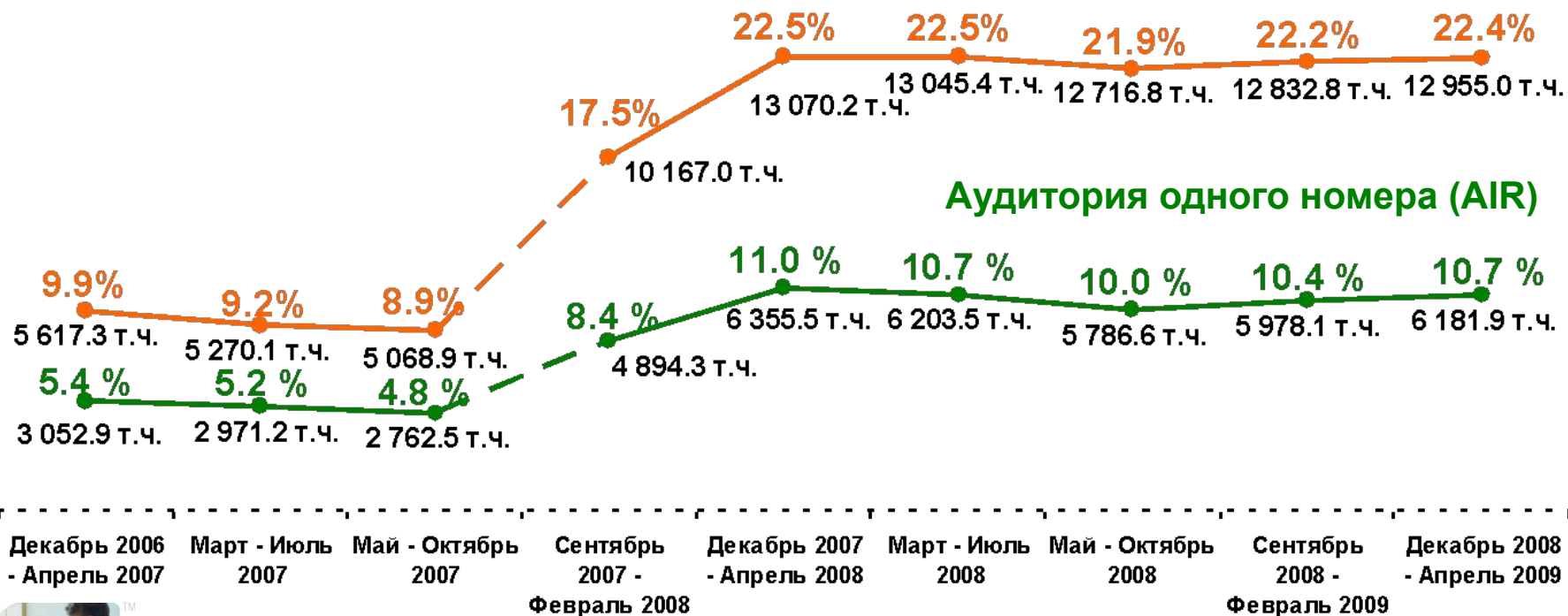


Динамика аудитории издания «За рулем»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

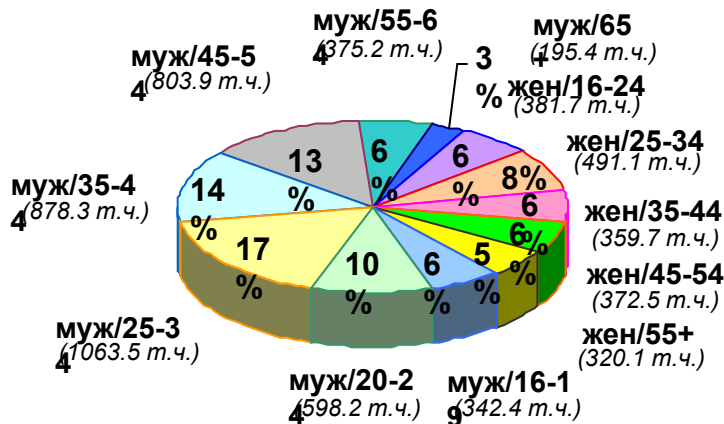
Полугодовая аудитория



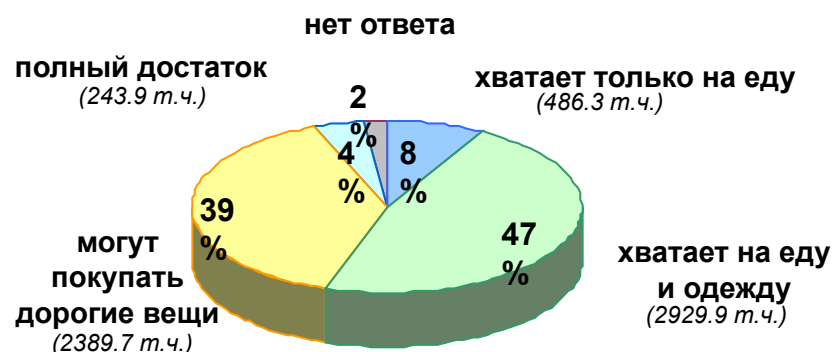
Структура аудитории издания «За рулем»

РОССИЯ

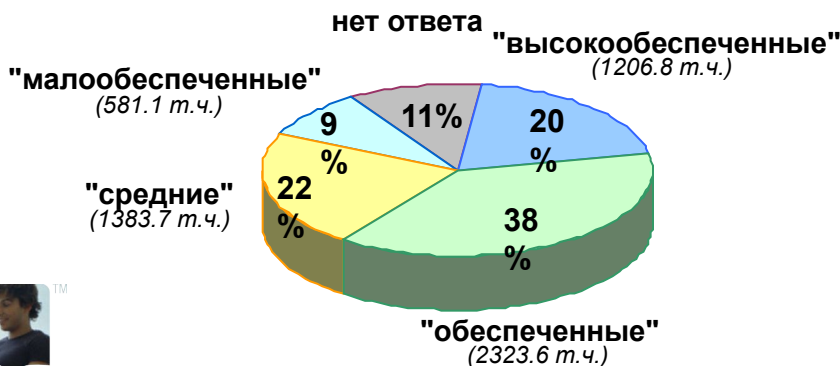
Пол / возраст



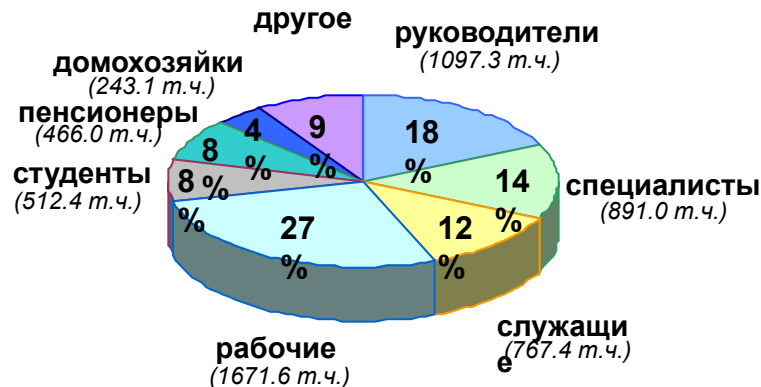
Материальное положение семьи



Финансовый статус

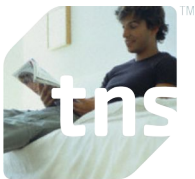
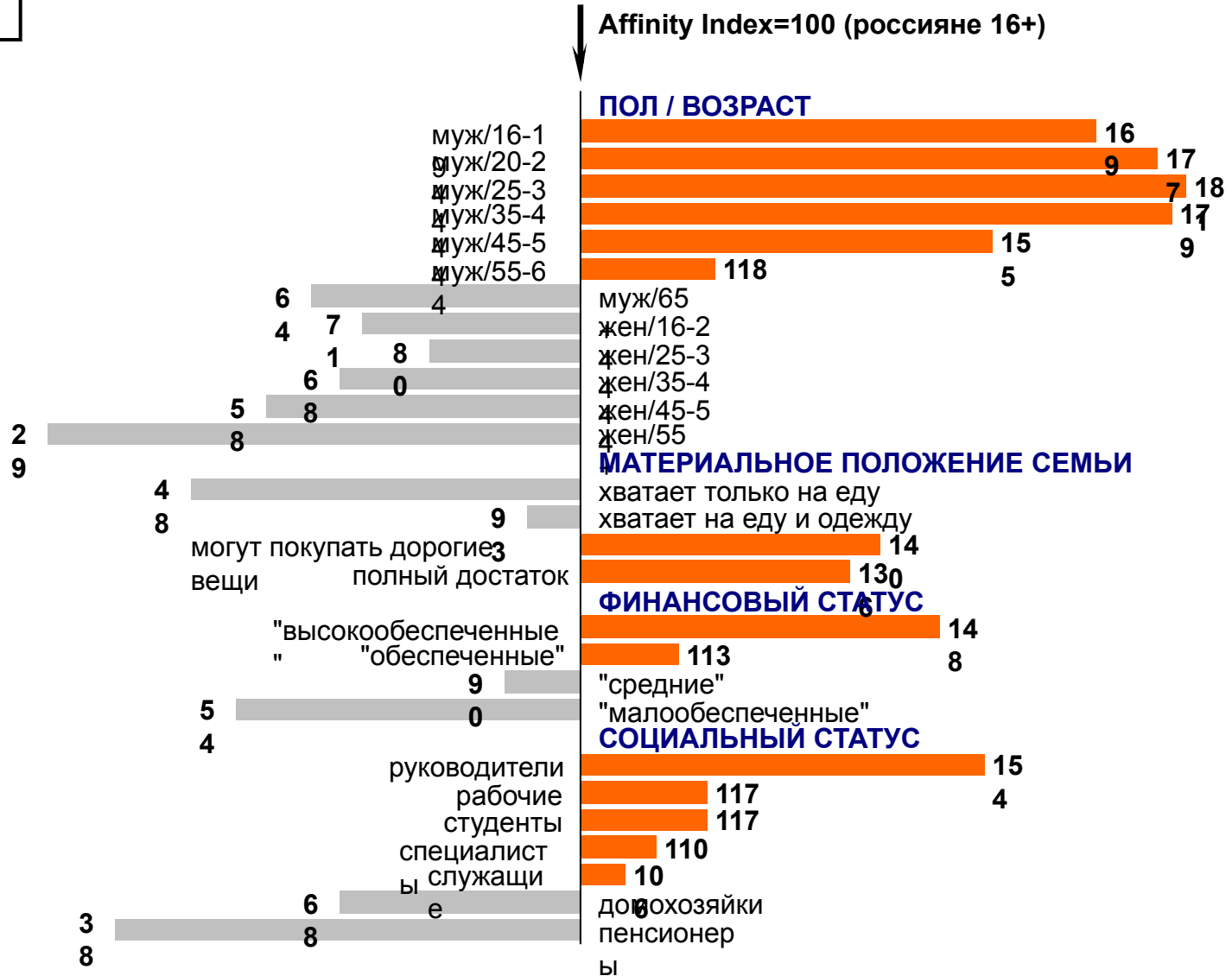


Социальный статус



Профиль аудитории издания «За рулем»

РОССИЯ

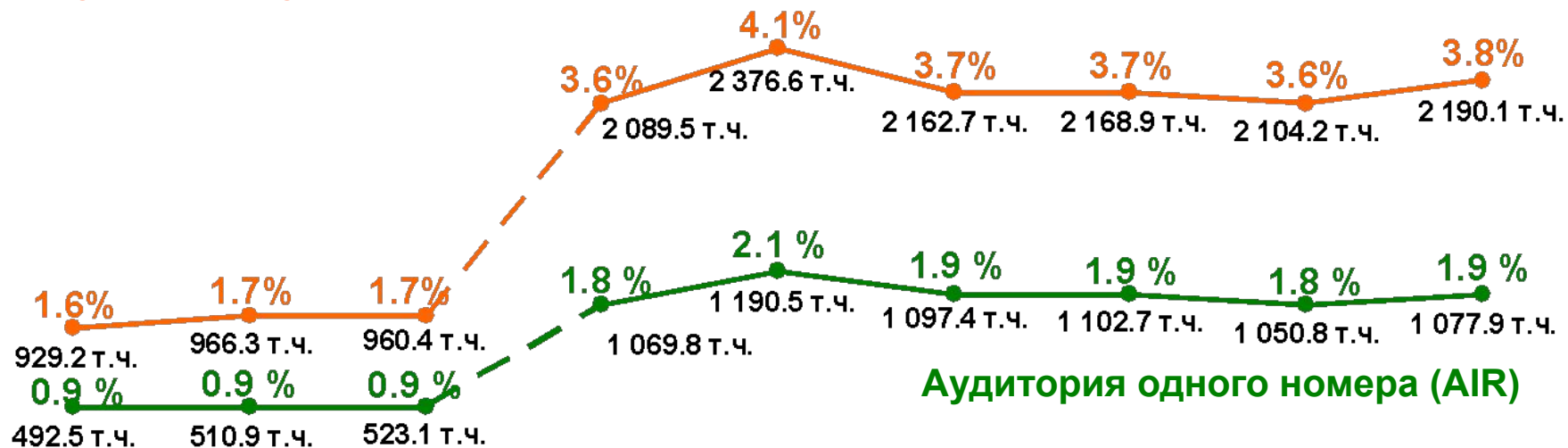


Динамика аудитории издания «Top Gear»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

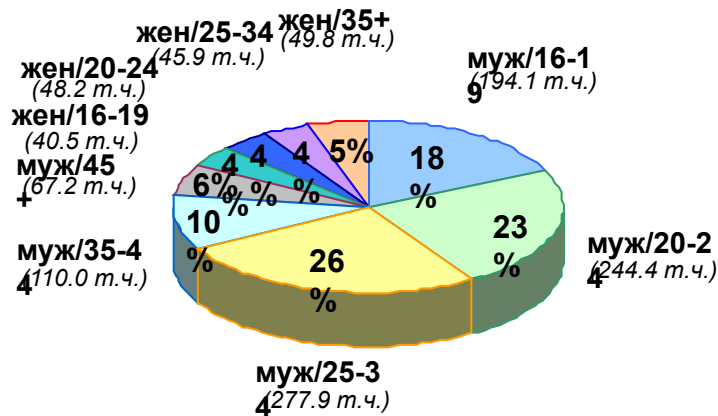
Декабрь 2008
- Апрель 2009



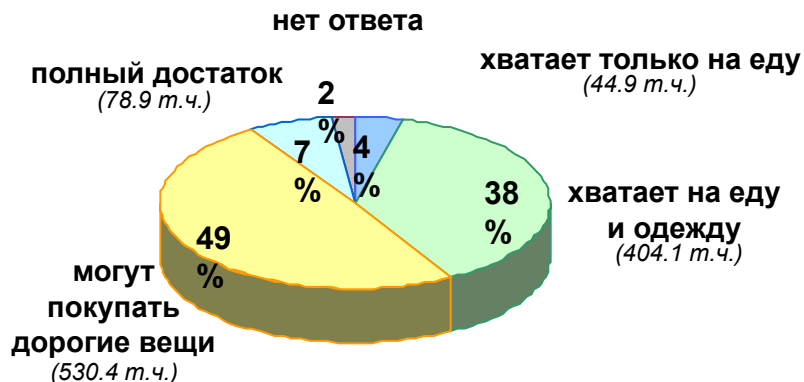
Структура аудитории издания «Top Gear»

РОССИЯ

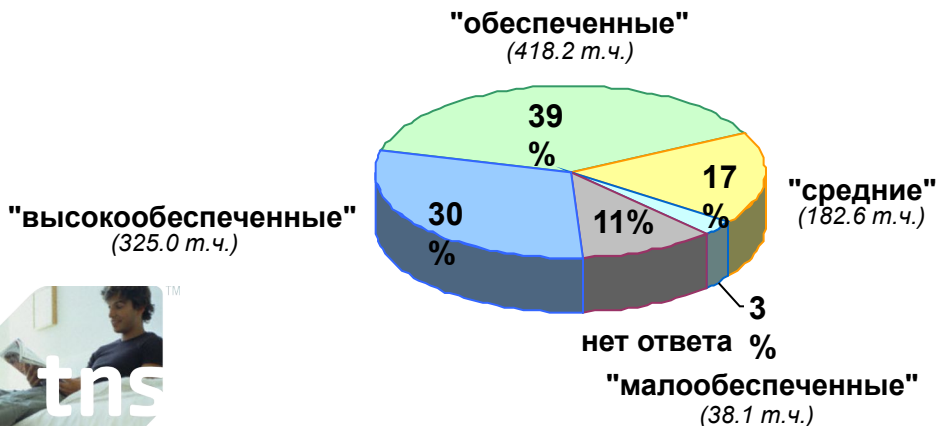
Пол / возраст



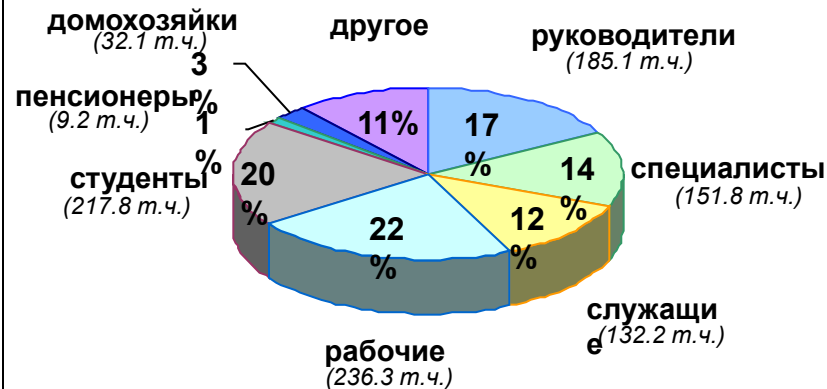
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус

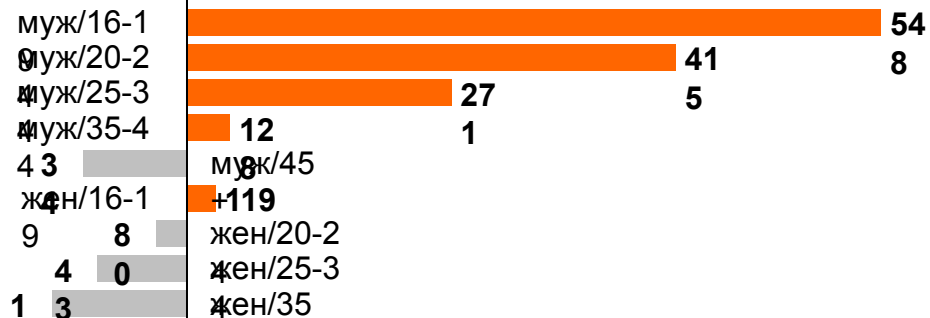


Профиль аудитории издания «Top Gear»

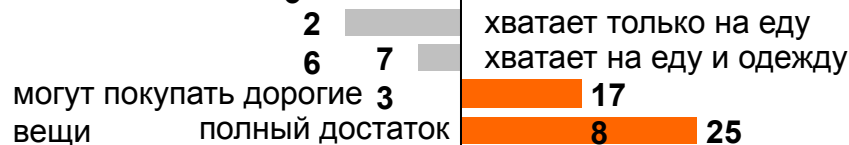
РОССИЯ

Affinity Index=100 (россияне 16+)

ПОЛ / ВОЗРАСТ



МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

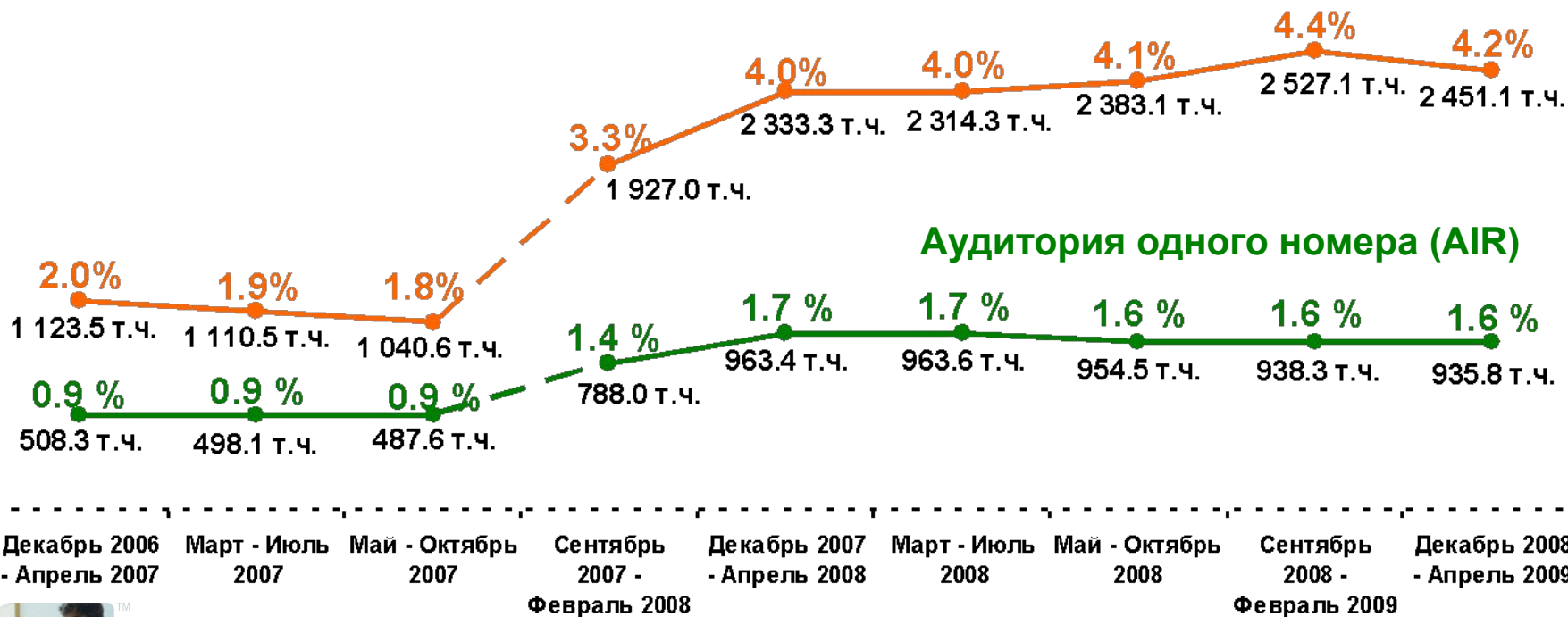


Динамика аудитории издания «Пятое колесо»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

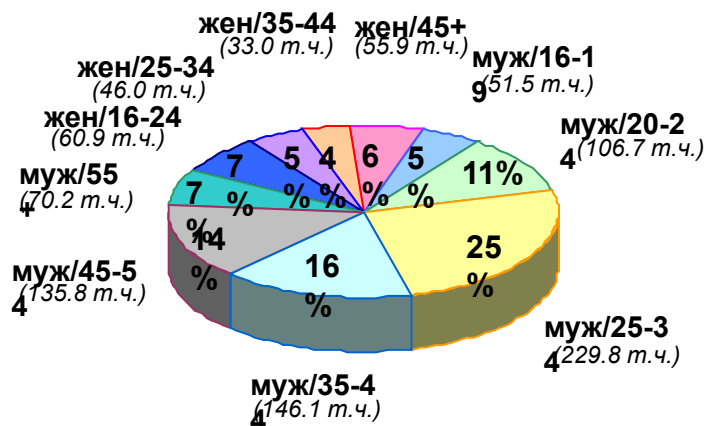
Полугодовая аудитория



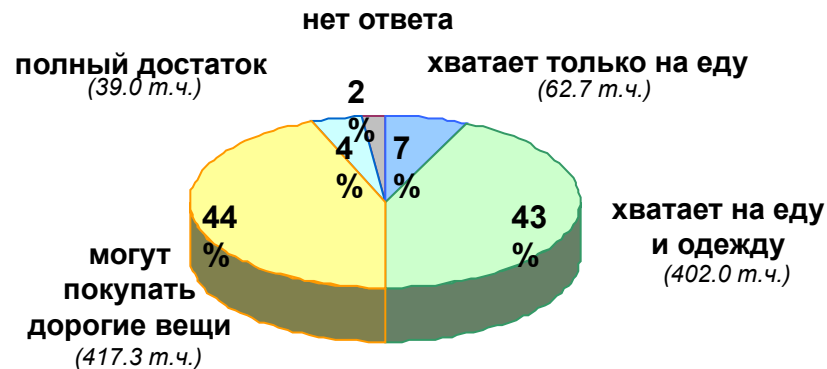
Структура аудитории издания «Пятое*колесо»

РОССИЯ

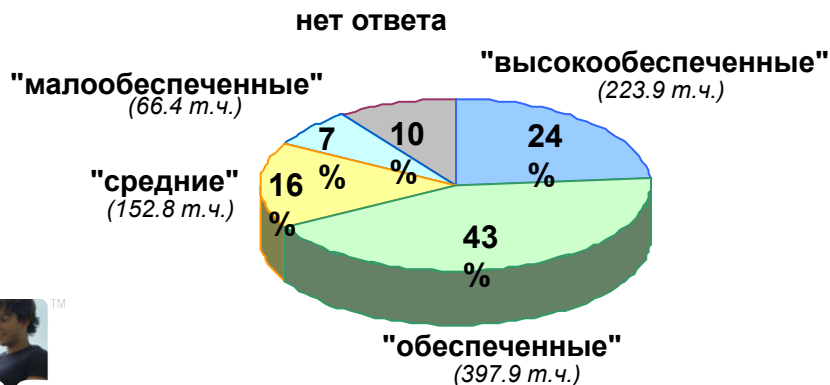
Пол / возраст



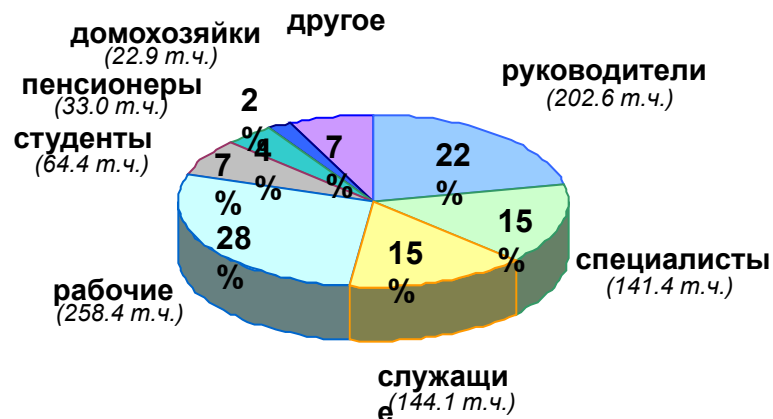
Материальное положение семьи



Финансовый статус

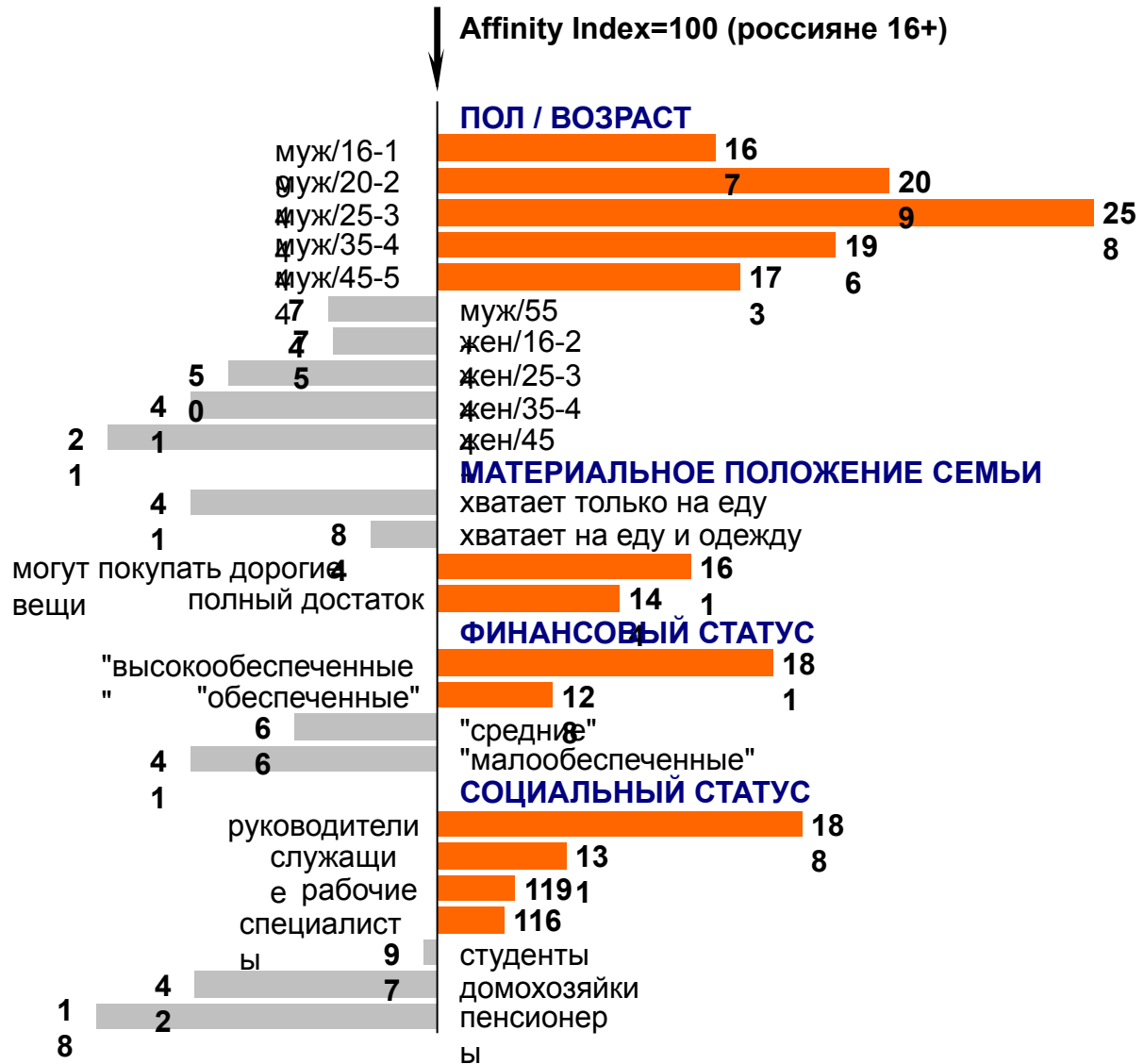


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Пятое колесо»

РОССИЯ

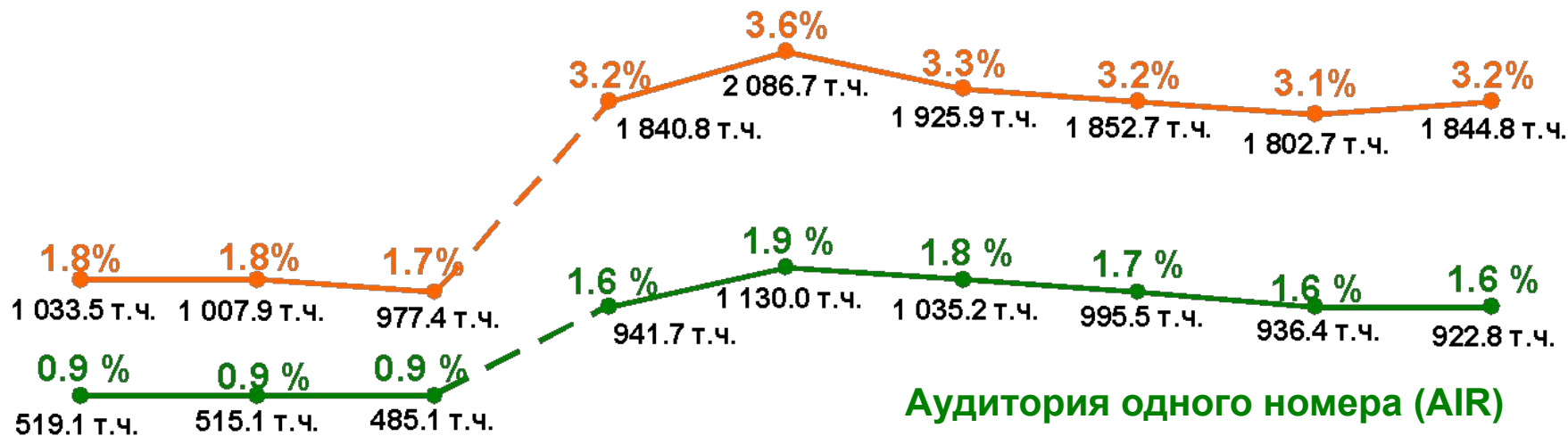


Динамика аудитории издания «Тюнинг автомобилей»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

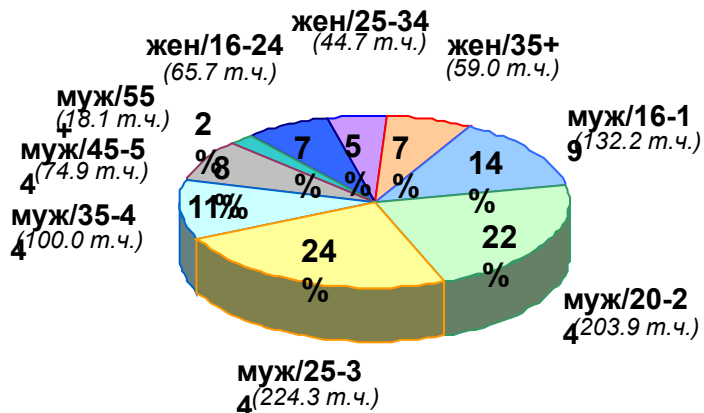
Декабрь 2008
- Апрель 2009



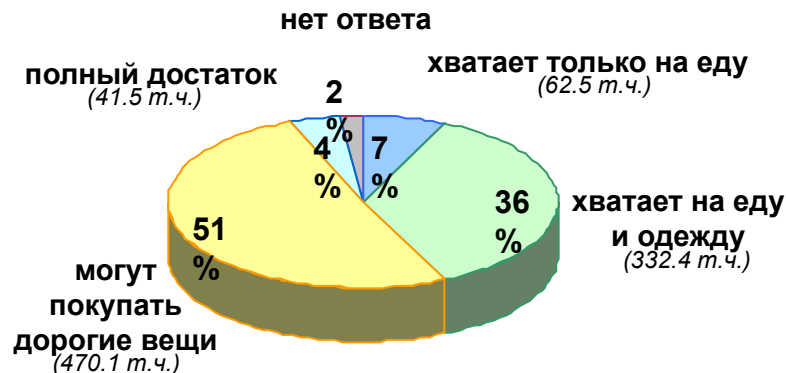
Структура аудитории издания «Тюнинг автомобилей»

РОССИЯ

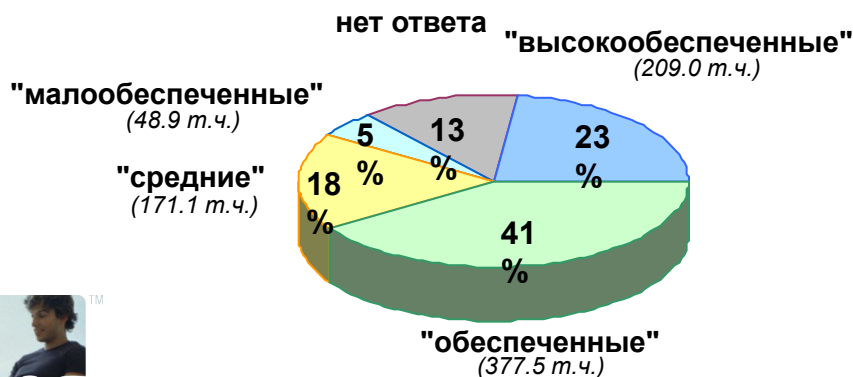
Пол / возраст



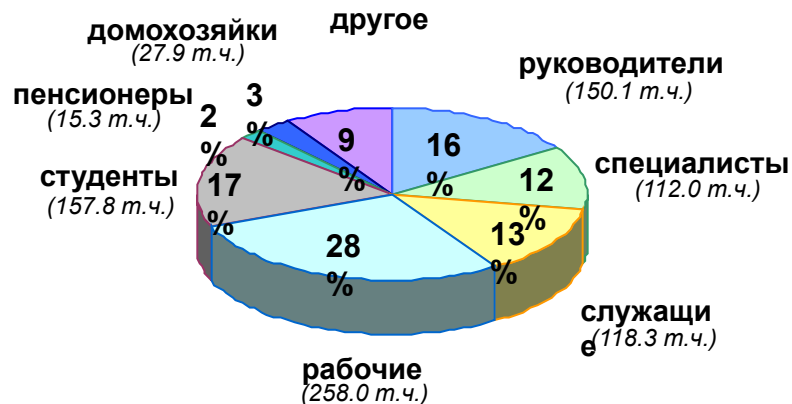
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус

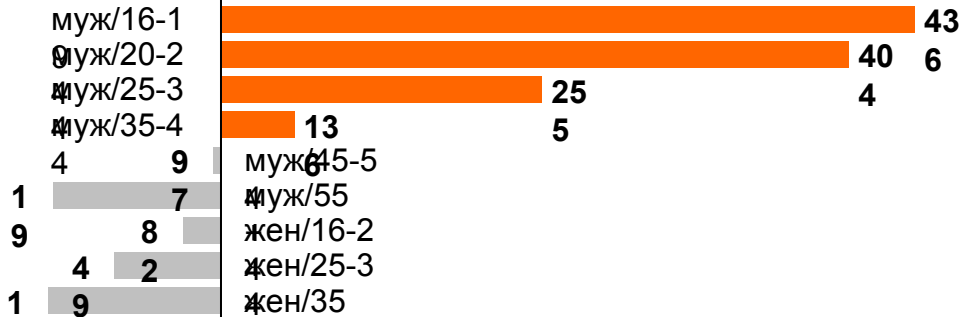


Профиль аудитории издания «Тюнинг автомобилей»

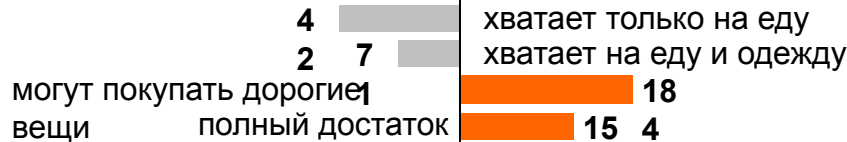
РОССИЯ

Affinity Index=100 (россияне 16+)

ПОЛ / ВОЗРАСТ



МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

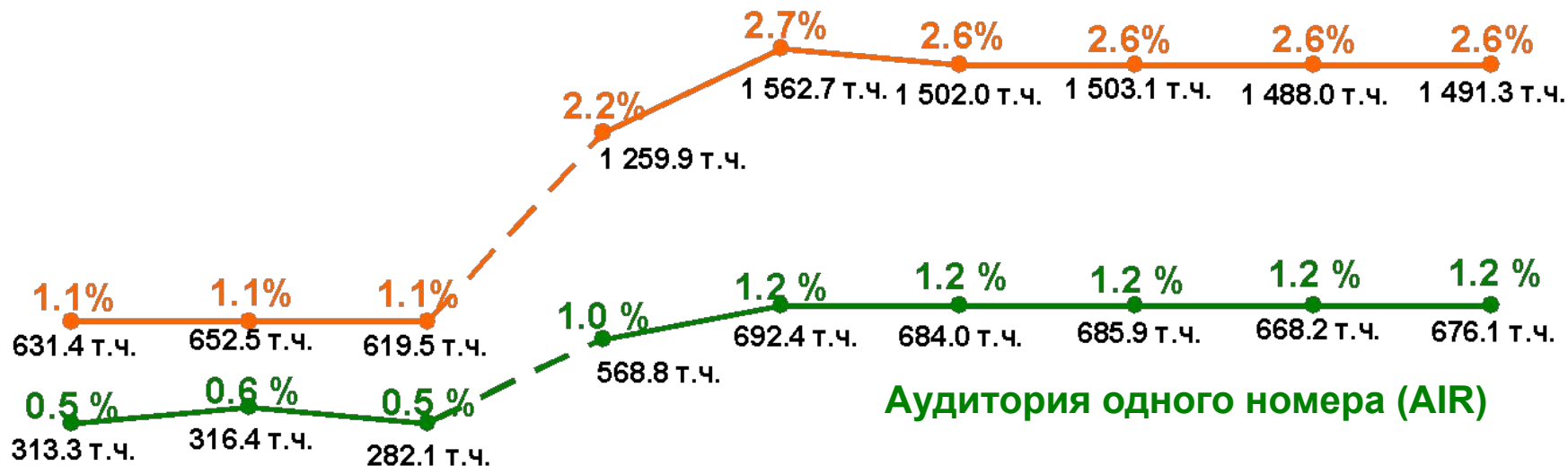


Динамика аудитории издания «Форсаж»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)

Декабрь 2006
- Апрель 2007

Март - Июль
2007

Май - Октябрь
2007

Сентябрь
2007 -
Февраль 2008

Декабрь 2007
- Апрель 2008

Март - Июль
2008

Май - Октябрь
2008

Сентябрь
2008 -
Февраль 2009

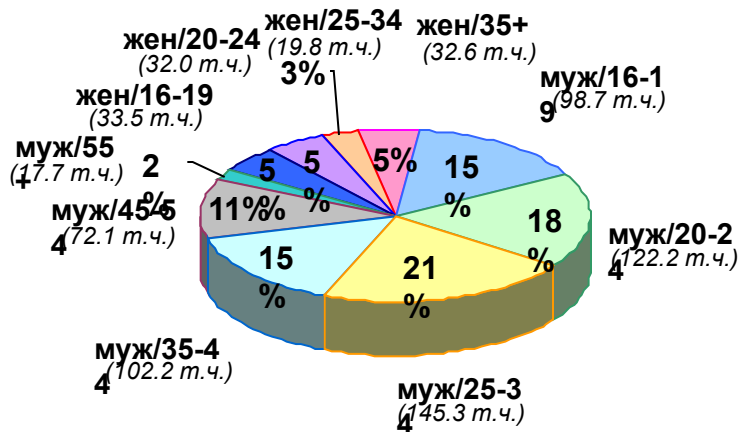
Декабрь 2008
- Апрель 2009



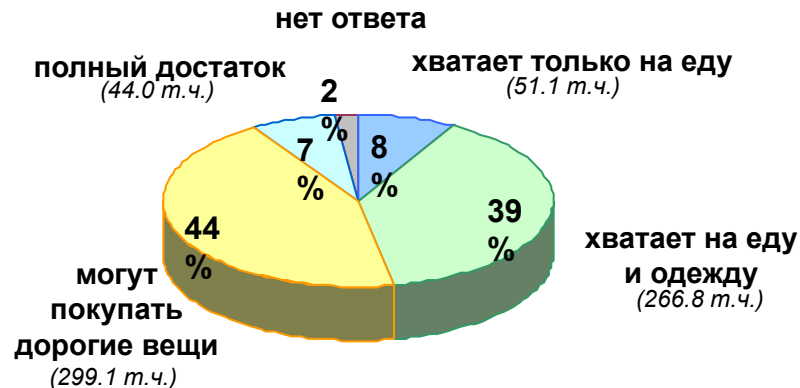
Структура аудитории издания «Форсаж»

РОССИЯ

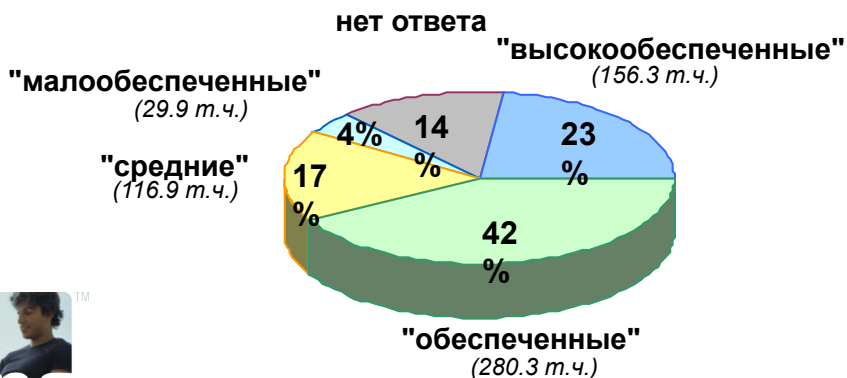
Пол / возраст



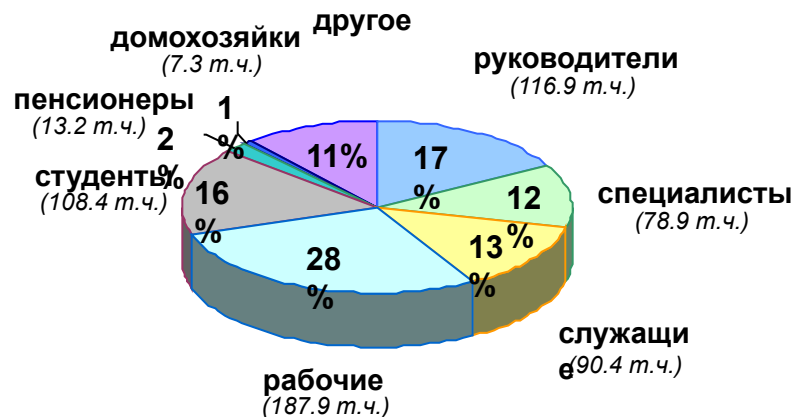
Материальное положение семьи



Финансовый статус



Социальный статус

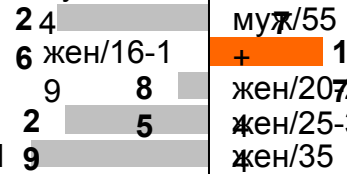
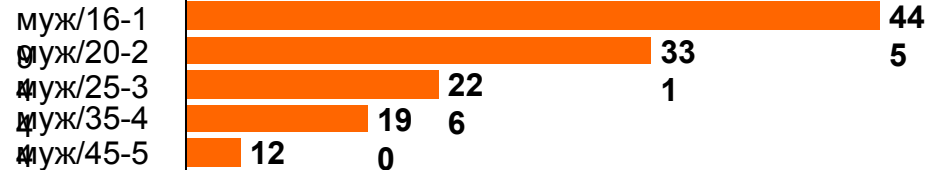


Профиль аудитории издания «Форсаж»

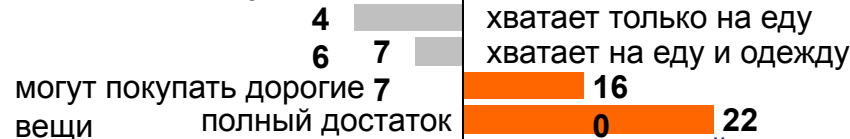
РОССИЯ

Affinity Index=100 (россияне 16+)

ПОЛ / ВОЗРАСТ



МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

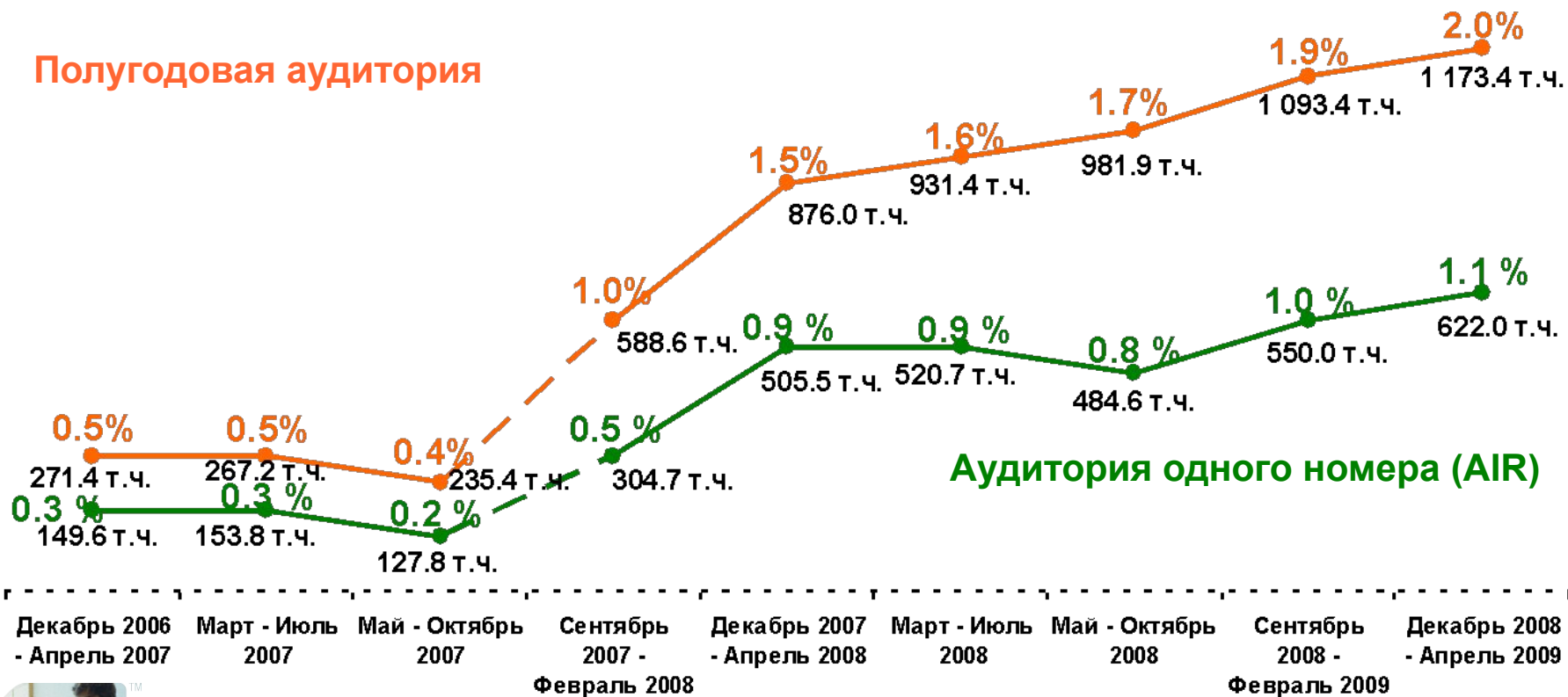


Динамика аудитории издания «Quattroruote»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

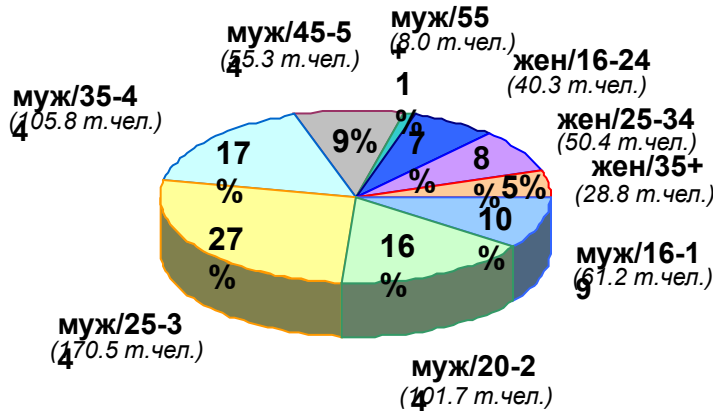
Полугодовая аудитория



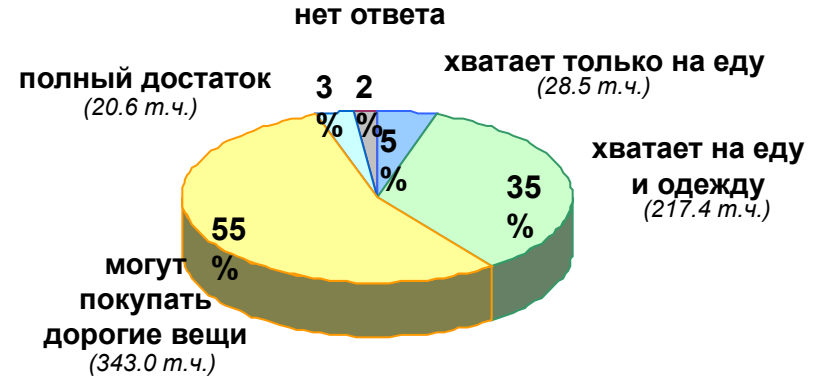
Структура аудитории издания «Quattronote»

РОССИЯ

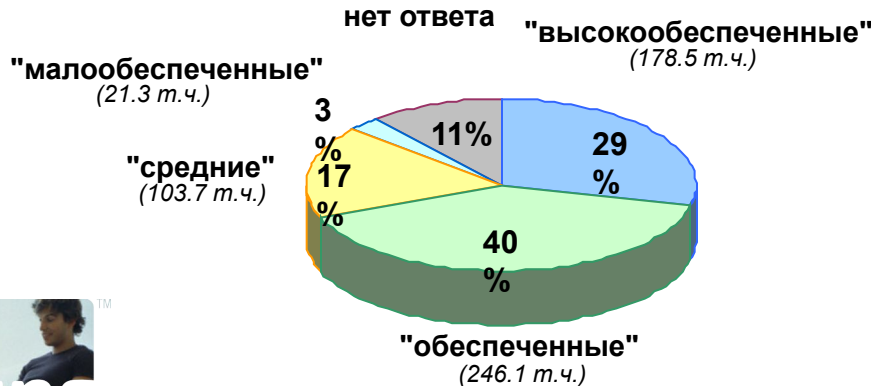
Пол / возраст



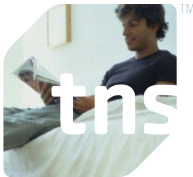
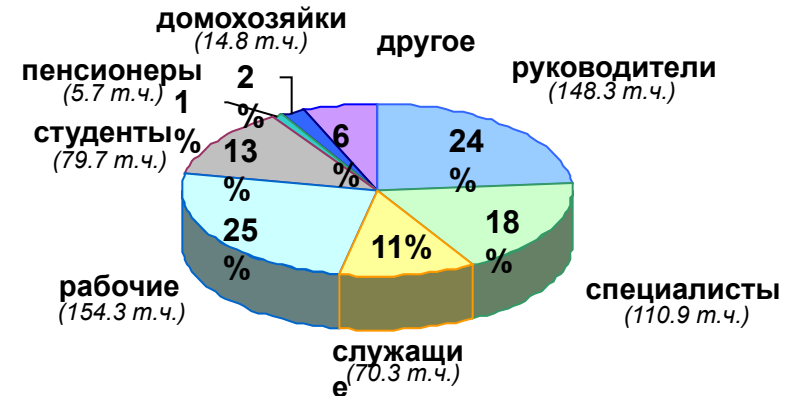
Материальное положение семьи



Финансовый статус

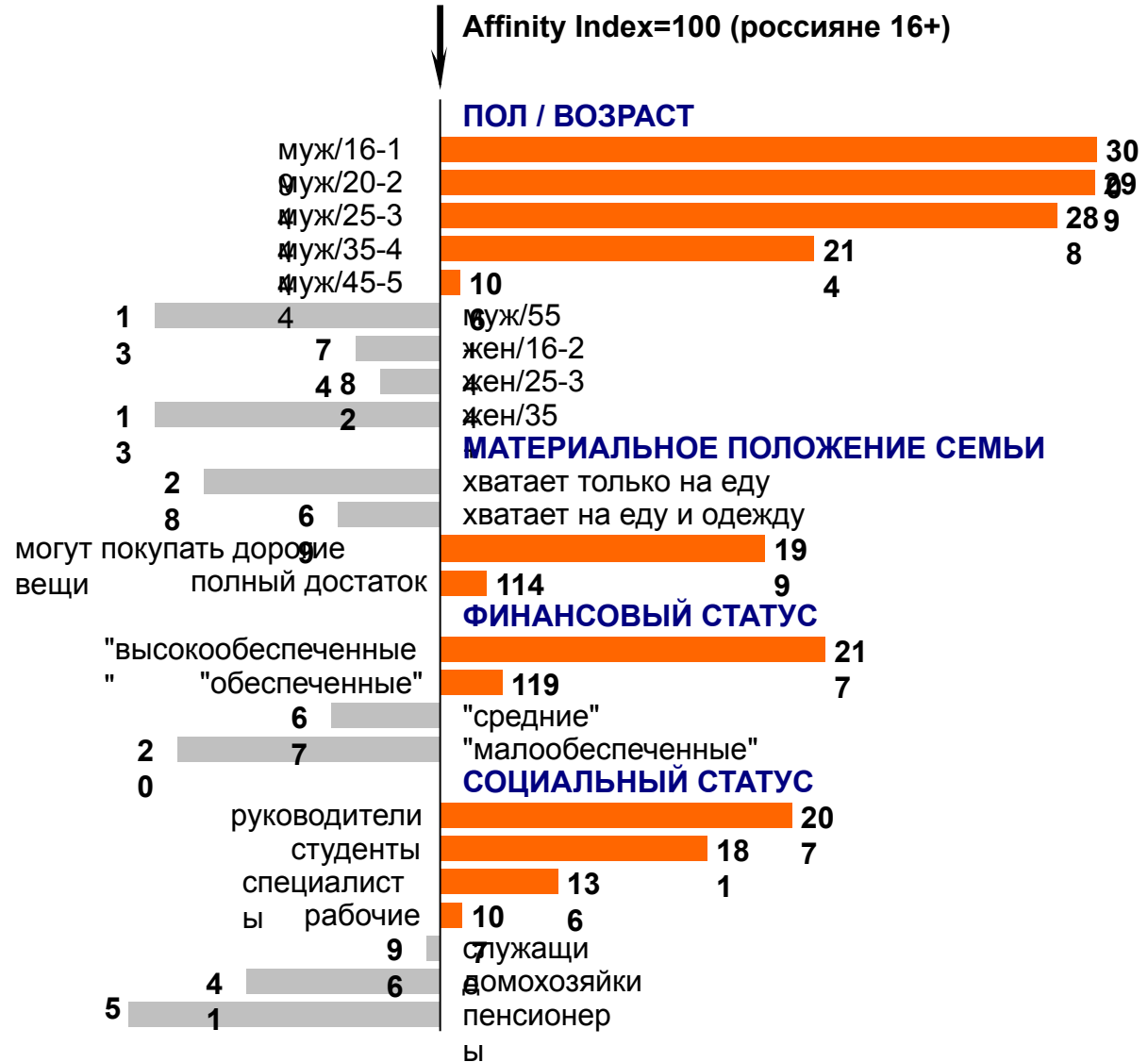


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Quattro»

РОССИЯ

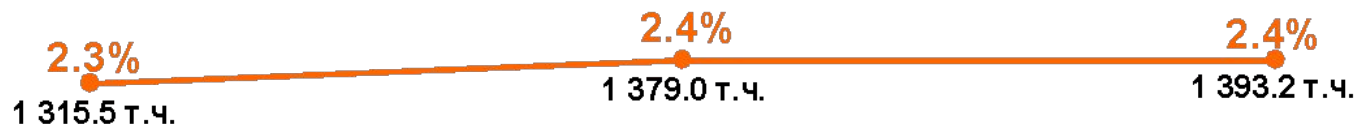


Динамика аудитории издания «Автомобили»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

Полугодовая аудитория



Аудитория одного номера (AIR)



Май - Октябрь 2008

Сентябрь 2008 - Февраль 2009

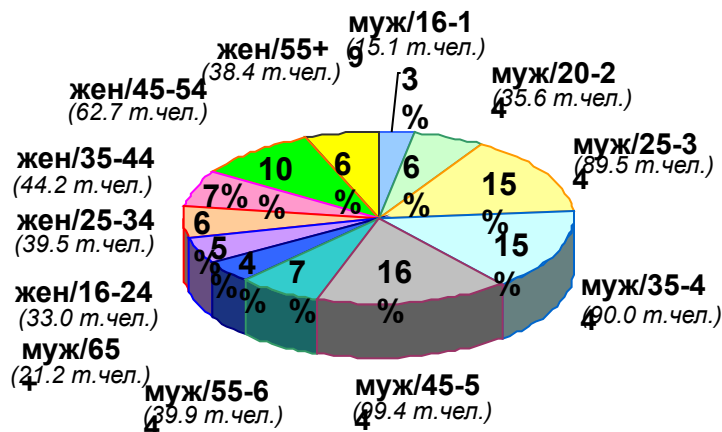
Декабрь 2008 - Апрель 2009



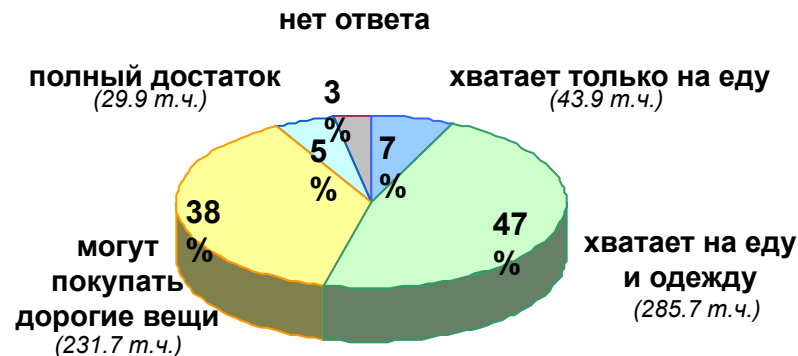
Структура аудитории издания «Автомобили»

РОССИЯ

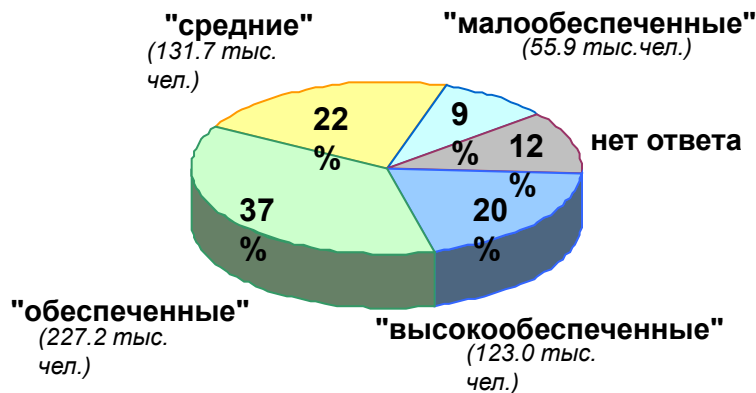
Пол / возраст



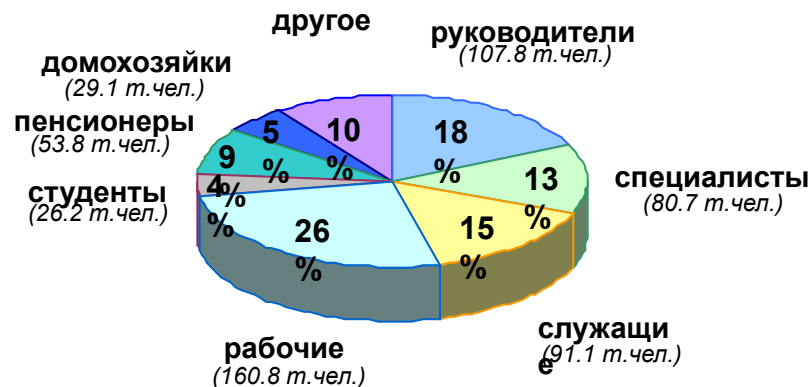
Материальное положение семьи



Финансовый статус

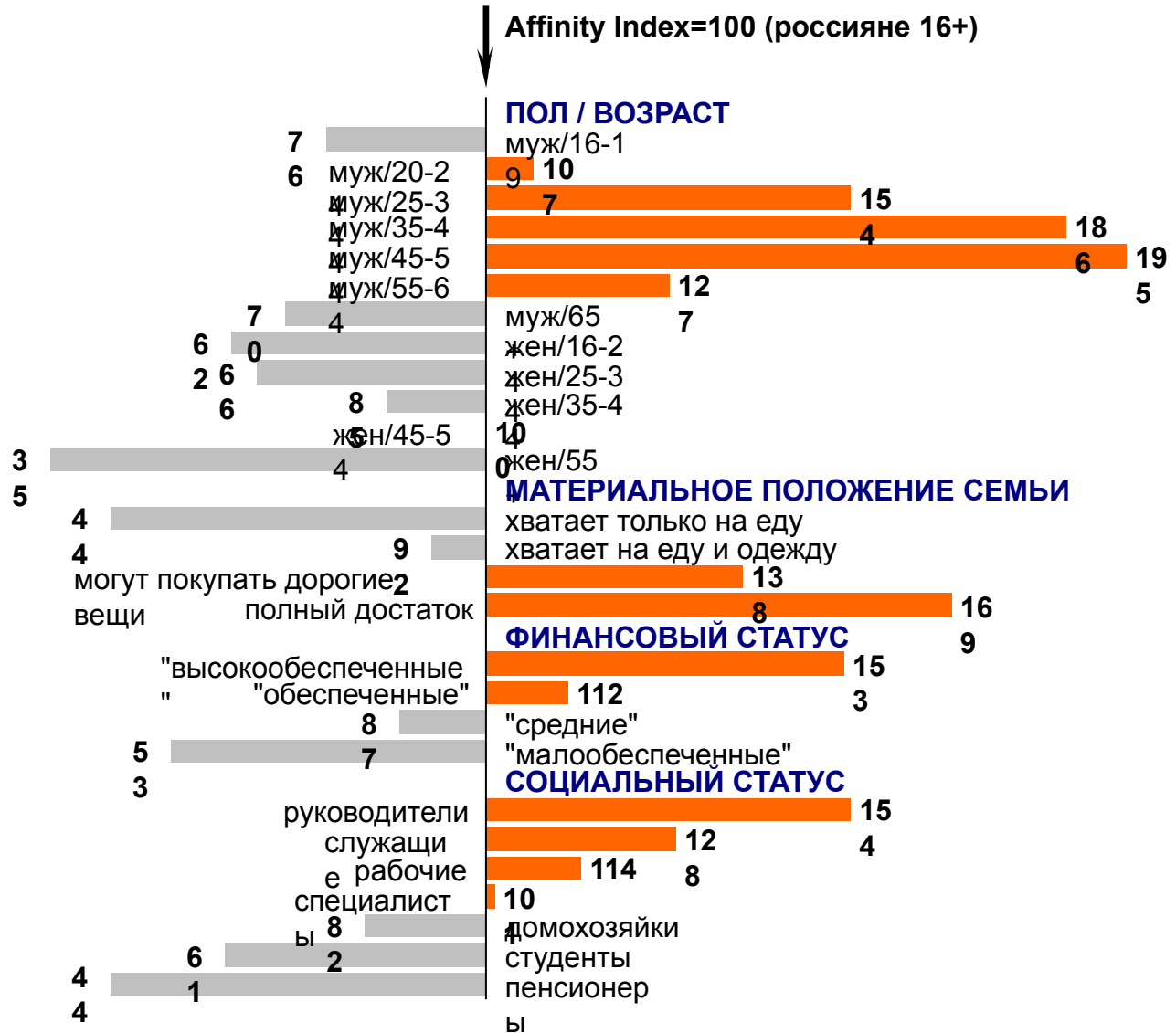


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Автомобили»

РОССИЯ

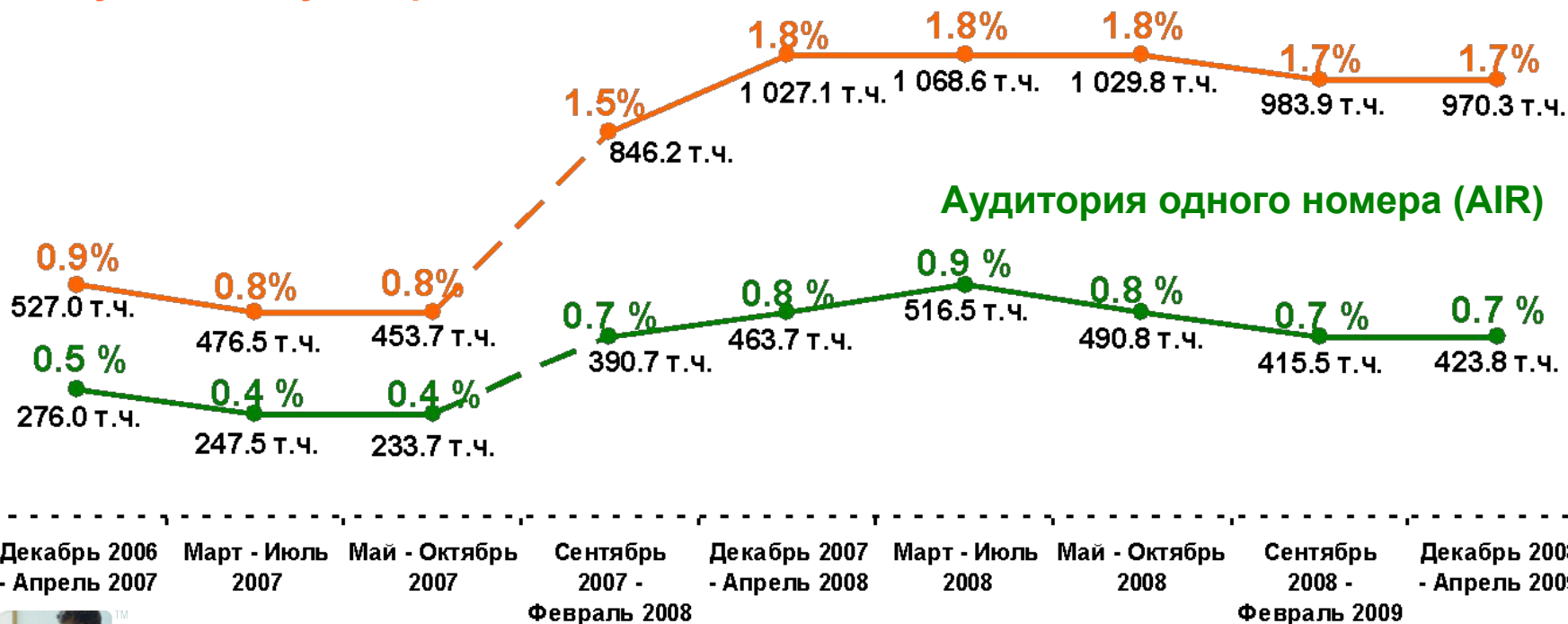


Динамика аудитории издания «Мото»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

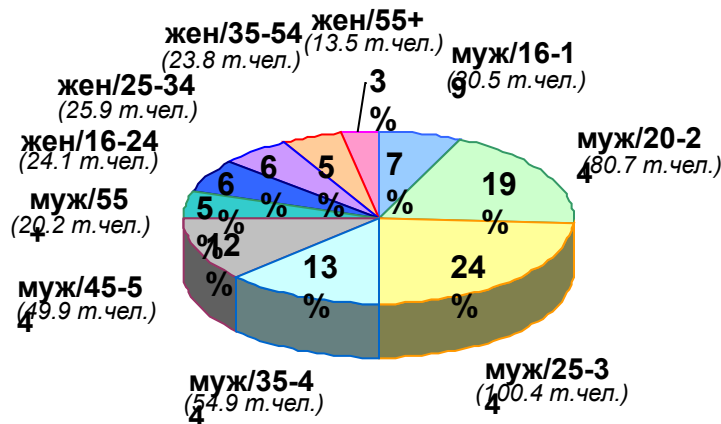
Полугодовая аудитория



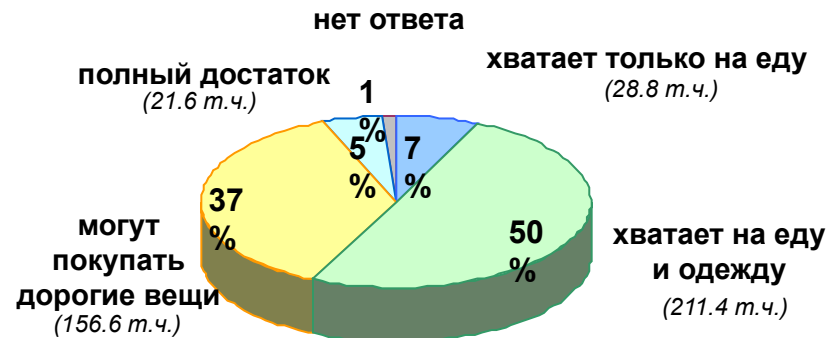
Структура аудитории издания «Мото»

РОССИЯ

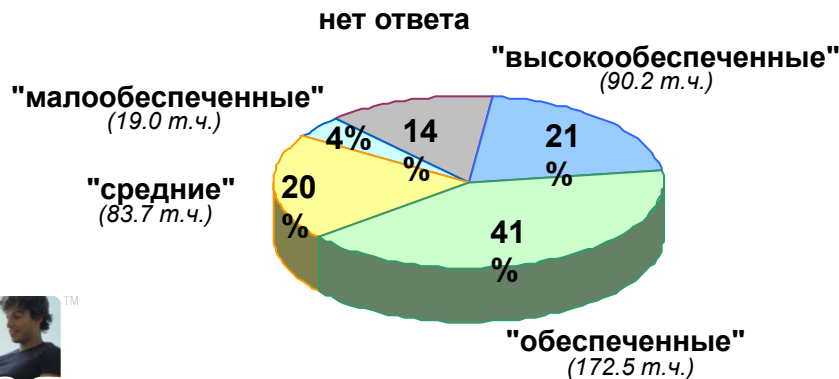
Пол / возраст



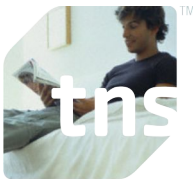
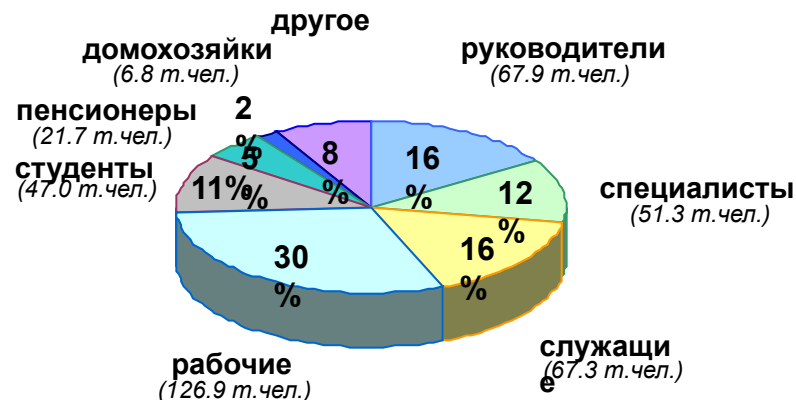
Материальное положение семьи



Финансовый статус



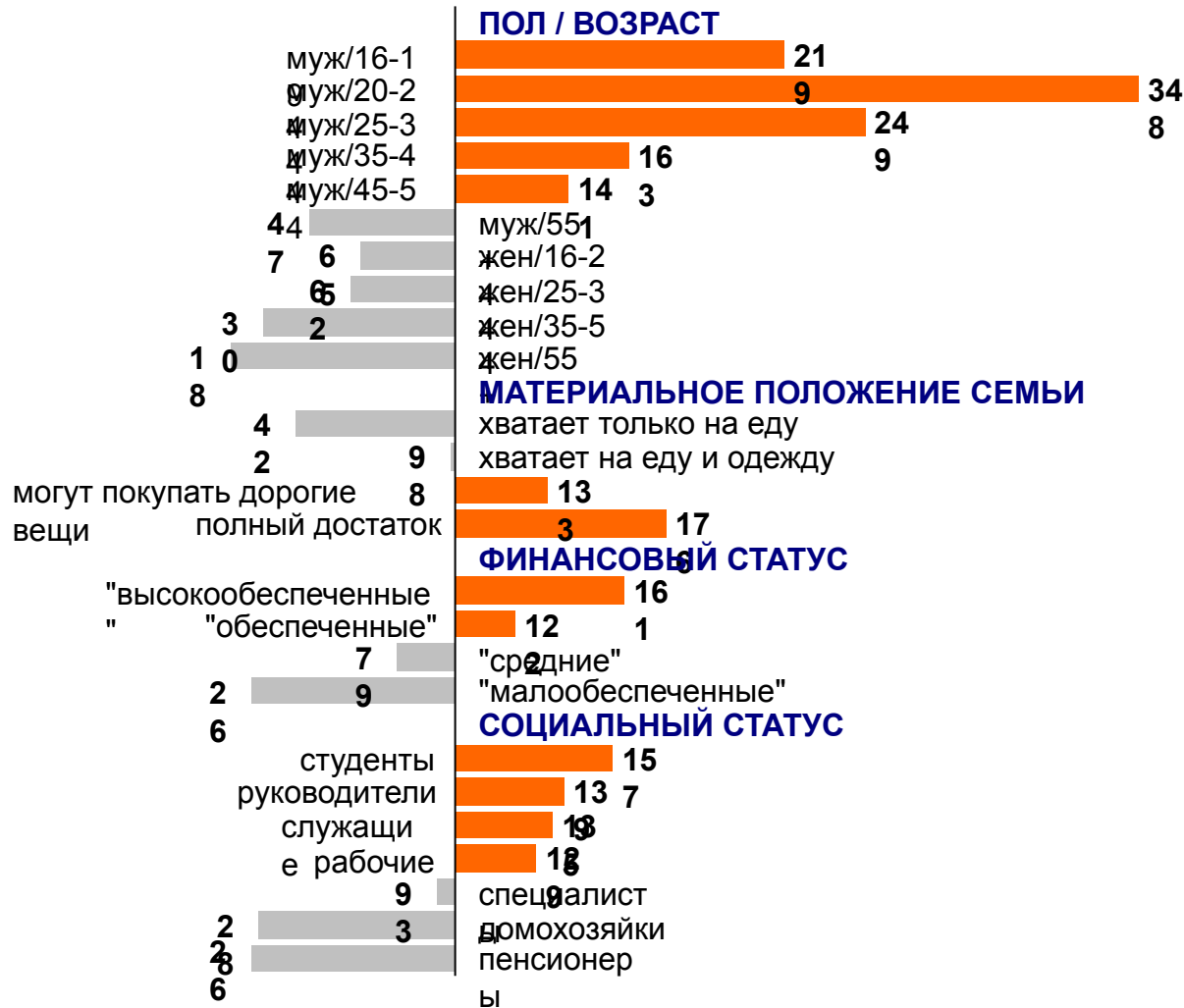
Социальный статус



Профиль аудитории издания «Мото»

РОССИЯ

Affinity Index=100 (россияне 16+)

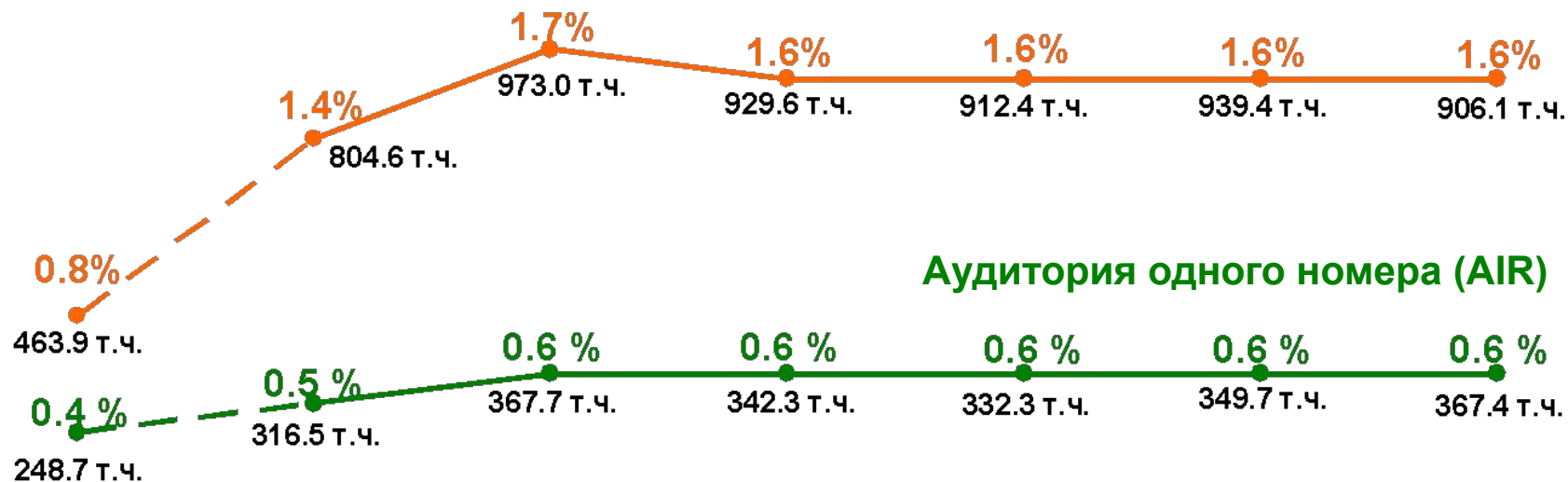


Динамика аудитории издания «Автопанорама»

(в тысячах человек и % от населения России 16+)

РОССИЯ

Полугодовая аудитория



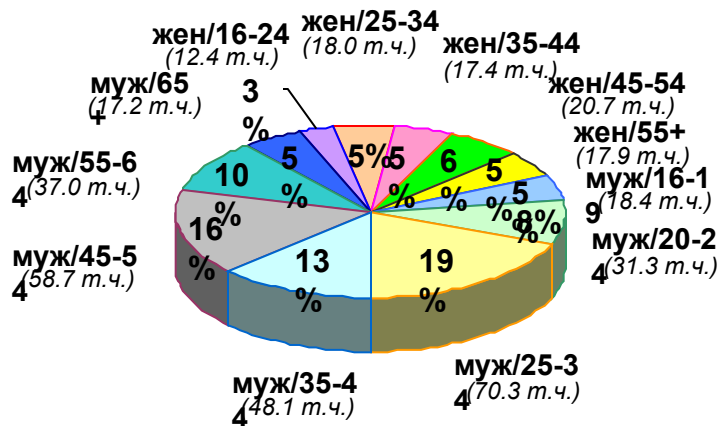
Аудитория одного номера (AIR)



Структура аудитории издания «Автопанорама»

РОССИЯ

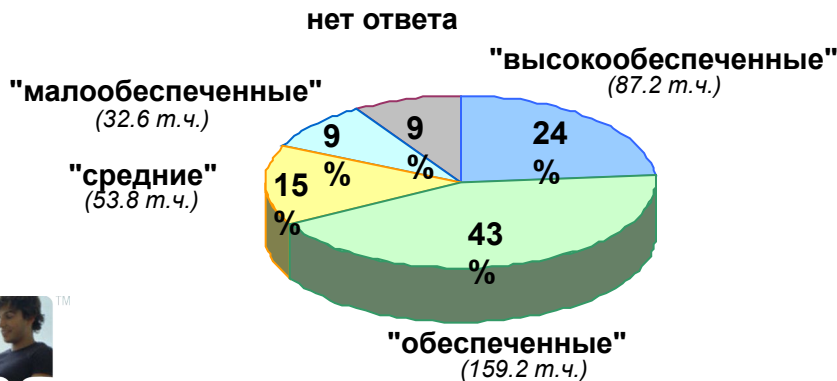
Пол / возраст



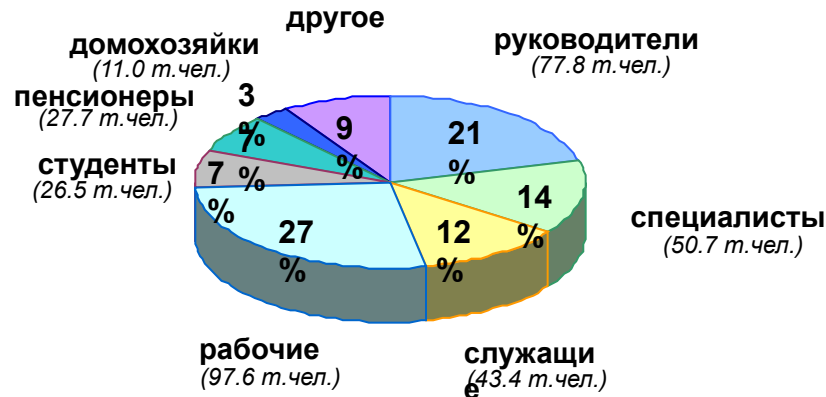
Материальное положение семьи



Финансовый статус

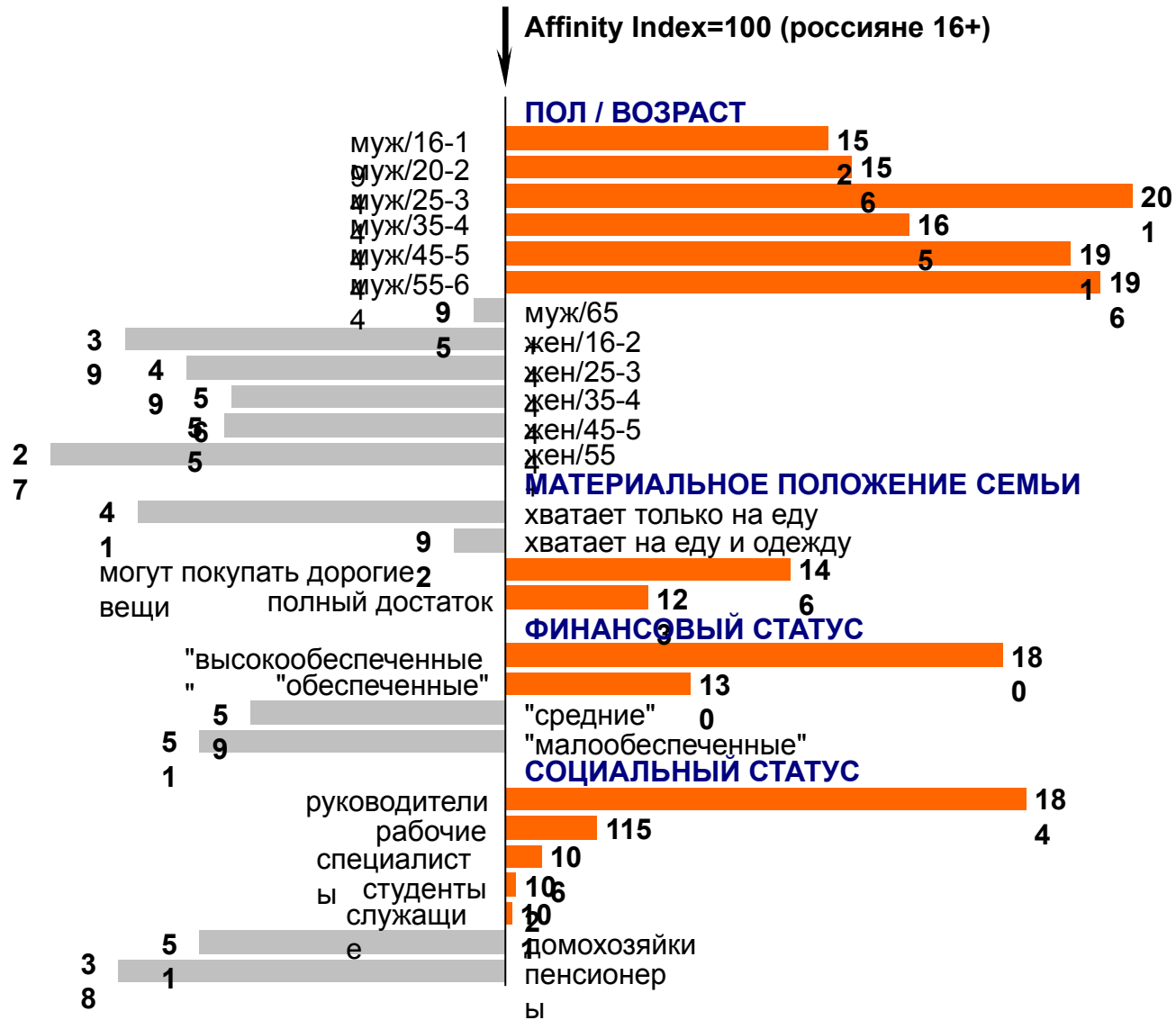


Социальный статус



Профиль аудитории издания «Автопанорама»

РОССИЯ



Пересечение аудиторий автомобильных изданий (в процентах) *

	Автомир	Клаксон	Авторевю	За рулем (газета)	МК-мобиль	За рулем *	Top Gear	Пятое колесо	Тюнинг автомобилей	Форсаж	Quattroruote	Автомобили	Мото	Автопанорама
Россия в целом	2.4	2.1	2.1	1.1	0.3	10.7	1.9	1.6	1.6	1.2	1.1	1.1	0.7	0.6
Автомир	*	19.1	21.0	20.6	29.8	10.2	17.2	23.6	18.8	21.5	21.7	23.7	21.3	33.5
Клаксон	17.2	*	27.3	14.2	27.5	9.7	14.8	20.8	16.9	19.9	23.6	15.5	18.4	23.0
Авторевю	18.6	26.8	*	17.1	34.1	9.9	18.6	23.9	20.6	19.7	26.2	18.0	22.6	30.9
За рулем (газета)	9.9	7.5	9.3	*	22.2	4.9	6.4	13.2	12.2	12.8	11.3	15.7	13.2	20.6
МКмобиль	3.9	3.9	5.0	6.0	*	1.4	3.3	5.1	4.5	4.8	6.3	6.7	6.4	8.8
За рулем	46.2	49.0	50.9	46.7	50.3	*	38.8	51.4	43.5	43.4	47.4	45.1	43.9	57.2
Top Gear	13.7	13.0	16.7	10.6	20.1	6.8	*	17.9	20.6	23.1	29.6	13.3	19.7	19.0
Пятое колесо	16.3	15.9	18.6	18.9	27.2	7.8	15.5	*	18.0	19.8	21.7	20.7	20.5	30.6
Тюнинг автомобилей	12.7	12.7	15.9	17.4	23.6	6.5	17.6	17.8	*	35.2	18.9	16.4	20.2	21.1
Форсаж	10.7	11.0	11.1	13.3	18.5	4.7	14.5	14.3	25.8	*	14.0	13.2	19.2	15.7
Quattroruote	9.9	12.0	13.6	10.8	22.3	4.8	17.1	14.4	12.7	12.9	*	9.9	16.1	13.9
Автомобили	10.6	7.7	9.1	14.7	23.2	4.4	7.5	13.5	10.8	11.8	9.7	*	14.5	23.5
Мото	6.7	6.4	8.0	8.6	15.4	3.0	7.7	9.3	9.3	12.1	11.0	10.1	*	15.2
Автопанорама	9.1	6.9	9.5	11.7	18.5	3.4	6.5	12.0	8.4	8.6	8.2	14.2	13.1	*

* Первая строка таблицы отображает среднюю аудиторию одного номера (AIR).

Все остальные строки таблицы иллюстрируют охват аудитории издания, расположенного на горизонтальной оси в процентах от аудитории издания, расположенного по вертикальной оси (в целевой группе); при стандартном расположении осей это соответствует проценту по столбцу.



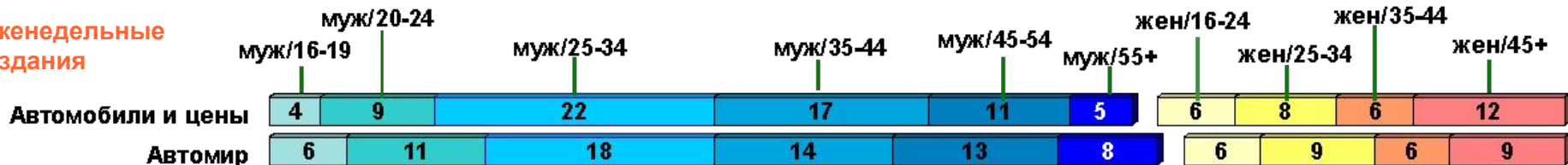
Сравнение аудиторий автомобильных изданий

РОССИЯ

Пол/возраст

(в % от аудитории одного номера каждого издания)

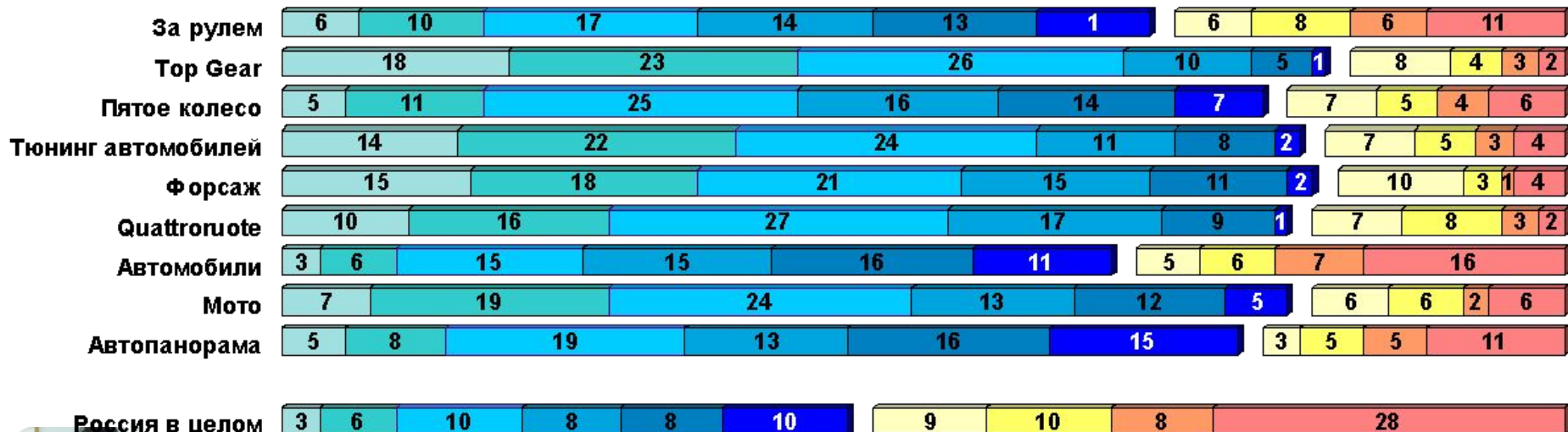
Еженедельные издания



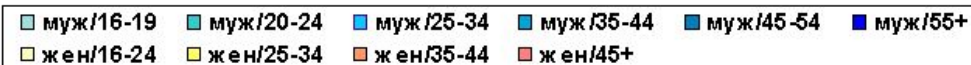
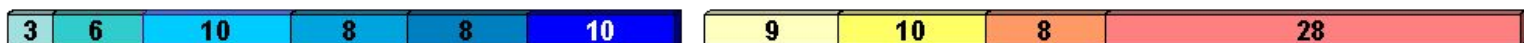
Выходящие 1 раз в 2 недели издания



Ежемесячные издания



Россия в целом



Сравнение аудиторий автомобильных изданий

РОССИЯ

Материальное положение семьи

(% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)

нет ответа

могут покупать дорогие вещи

полный достаток

хватает только на еду

хватает на еду и одежду

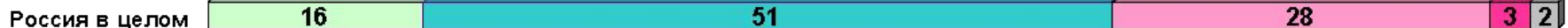
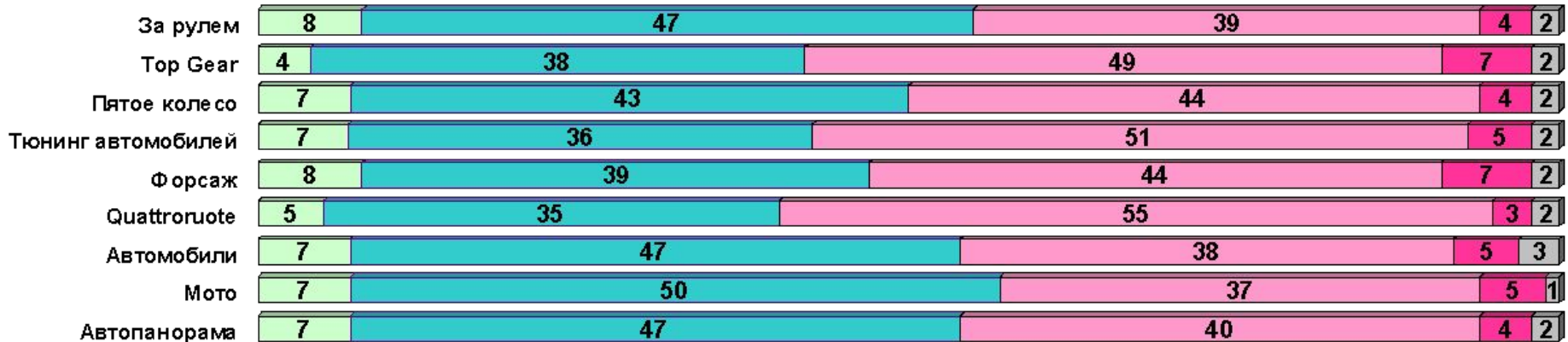
Еженедельные издания



Выходящие 1 раз в 2 недели издания



Ежемесячные издания



■ хватает только на еду
 ■ хватает на еду и одежду
 ■ могут покупать дорогие вещи
 ■ полный достаток
 ■ нет ответа



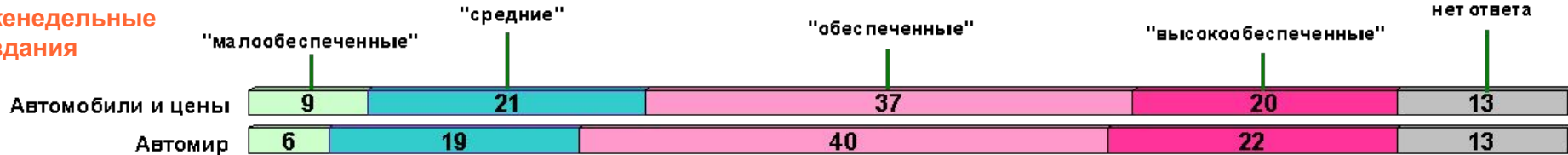
Сравнение аудиторий автомобильных изданий

РОССИЯ

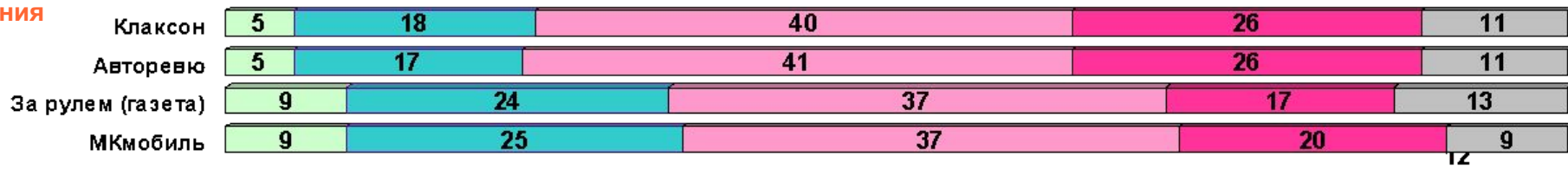
Финансовый статус*

(% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)

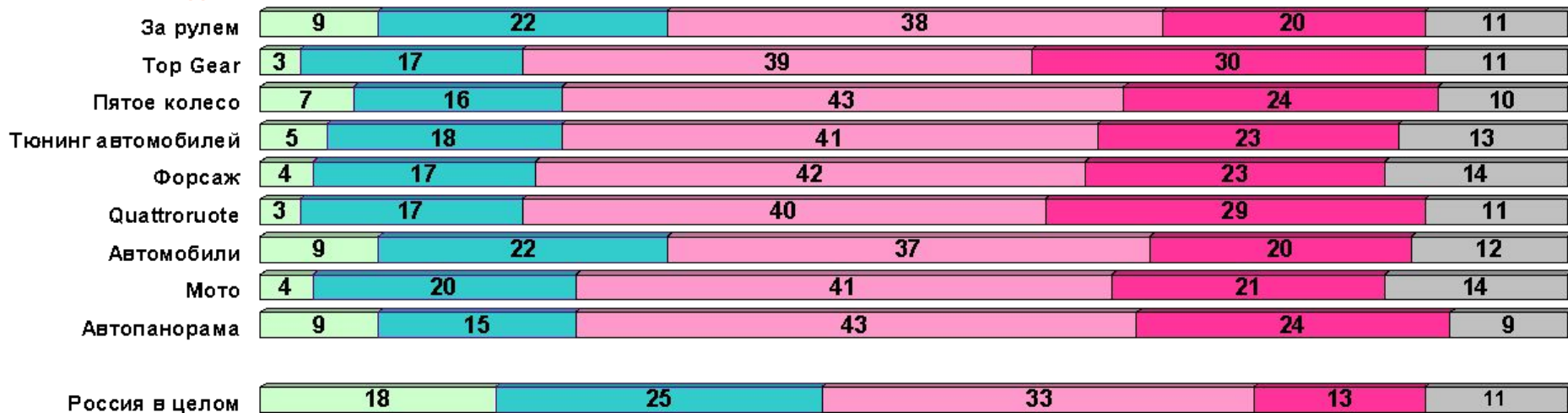
Еженедельные издания



Выходящие 1 раз в 2 недели издания



Ежемесячные издания



■ малообеспеченные
 ■ средние
 ■ обеспеченные
 ■ высокообеспеченные
 ■ нет ответа



Сравнение аудиторий автомобильных изданий

РОССИЯ

Социальный статус*

(% от аудитории одного номера каждого издания отдельно)

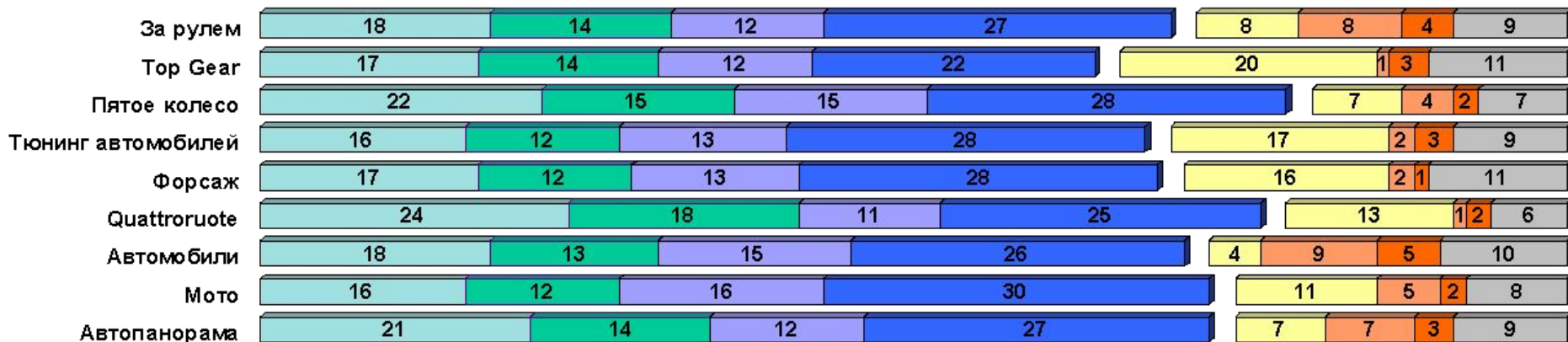
Еженедельные издания



Выходящие 1 раз в 2 недели издания



Ежемесячные издания



Россия в целом



Лояльная аудитория автомобильных изданий

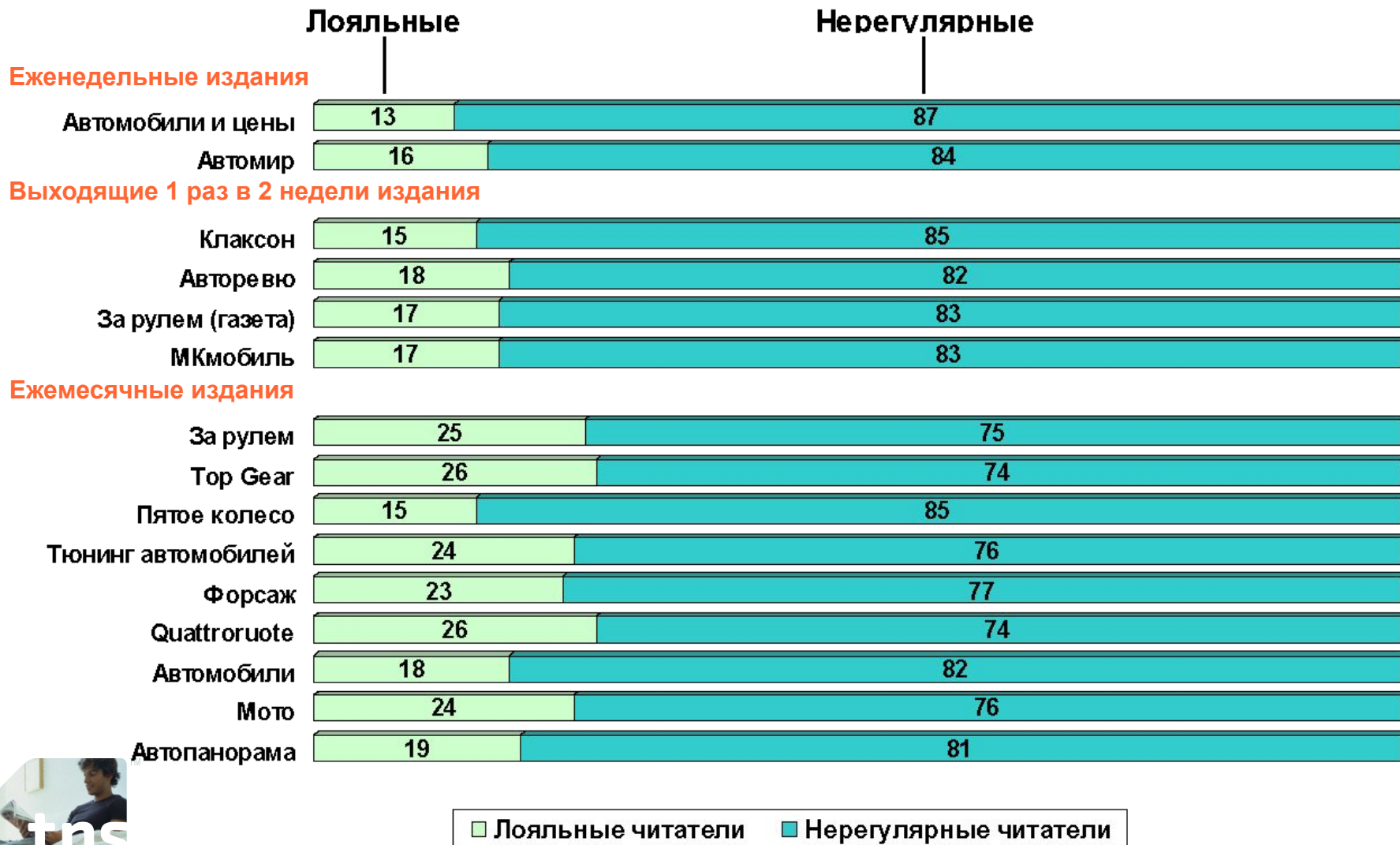
	Лояльные аудитории*		
	000'	% от россиян 16+	% от аудитории за полгода
Еженедельные издания			
Автомобили и цены	643.0	1.1	13.2
Автомир	759.4	1.3	15.8
Выходящие 1 раз в 2 недели издания			
Клаксон	575.4	1.0	14.8
Авторевю	571.7	1.0	18.3
За рулем (газета)	327.7	0.6	17.0
МКмобиль	90.2	0.2	16.6
Ежемесячные издания			
За рулем	3250.6	5.6	25.1
Top Gear	560.6	1.0	25.6
Пятое колесо	373.9	0.6	15.3
Тюнинг автомобилей	433.7	0.8	23.5
Форсаж	348.8	0.6	23.4
Quattroruote	302.6	0.5	25.8
Автомобили	246.5	0.4	17.7
Мото	232.2	0.4	23.9
Автопанорама	169.4	0.3	18.7

* Лояльная аудитория издания – все те, кто читает / просматривает каждый или почти каждый его выпуск



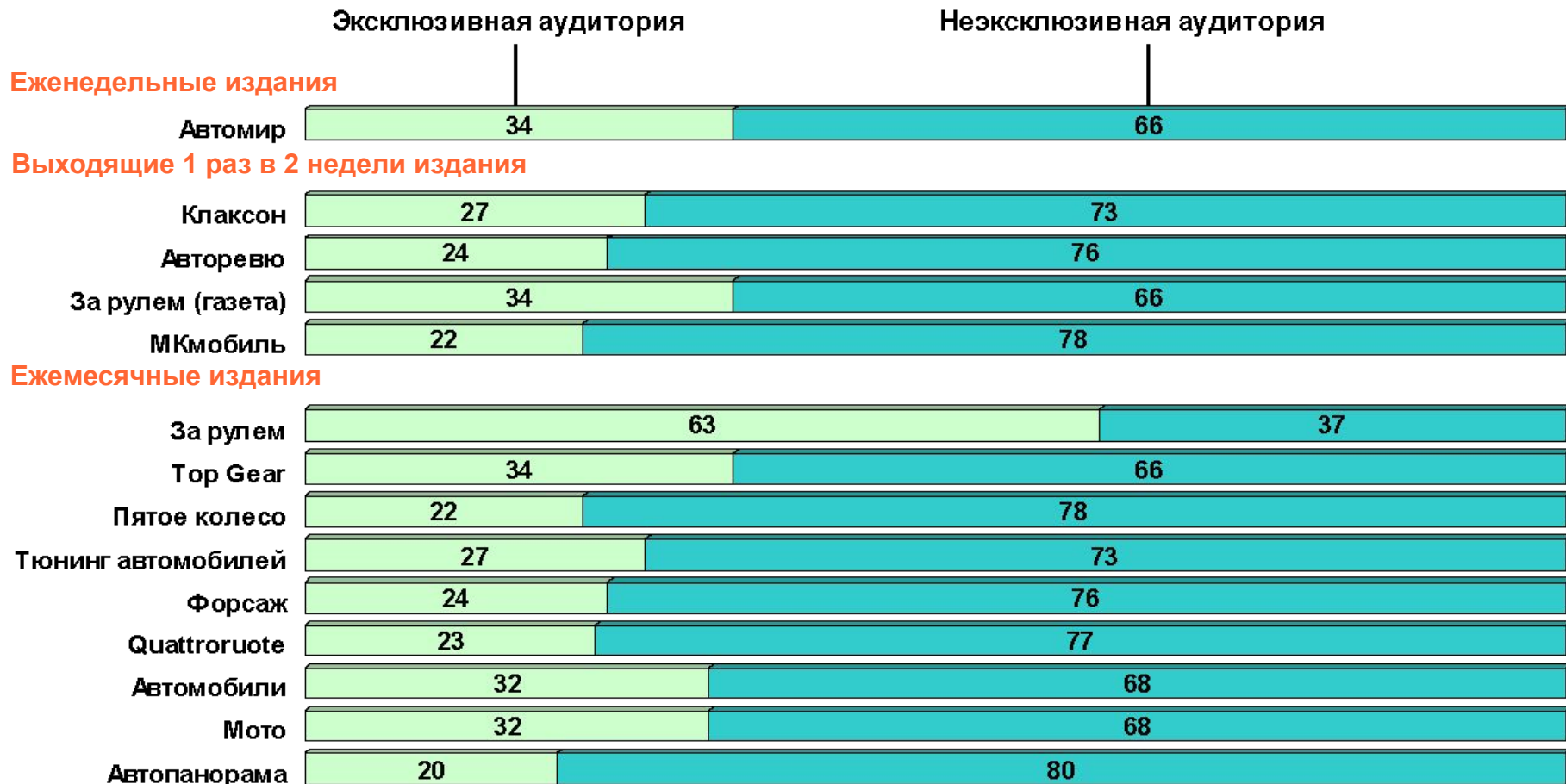
Лояльная аудитория автомобильных изданий

% от полугодовой аудитории каждого издания отдельно



Эксклюзивная аудитория автомобильных изданий *

% от аудитории одного номера каждого издания отдельно



■ Эксклюзивная аудитория ■ Неэксклюзивная аудитория



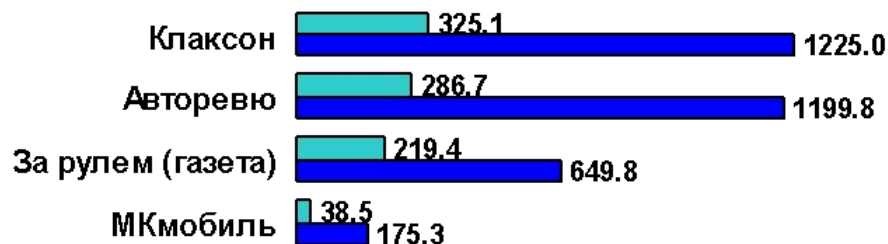
* Эксклюзивная аудитория – это часть аудитории одного номера издания, которая объединяет людей, читающих или просматривающих только издание X из группы автомобильных изданий

Эксклюзивная аудитория автомобильных изданий (в тысячах человек)*

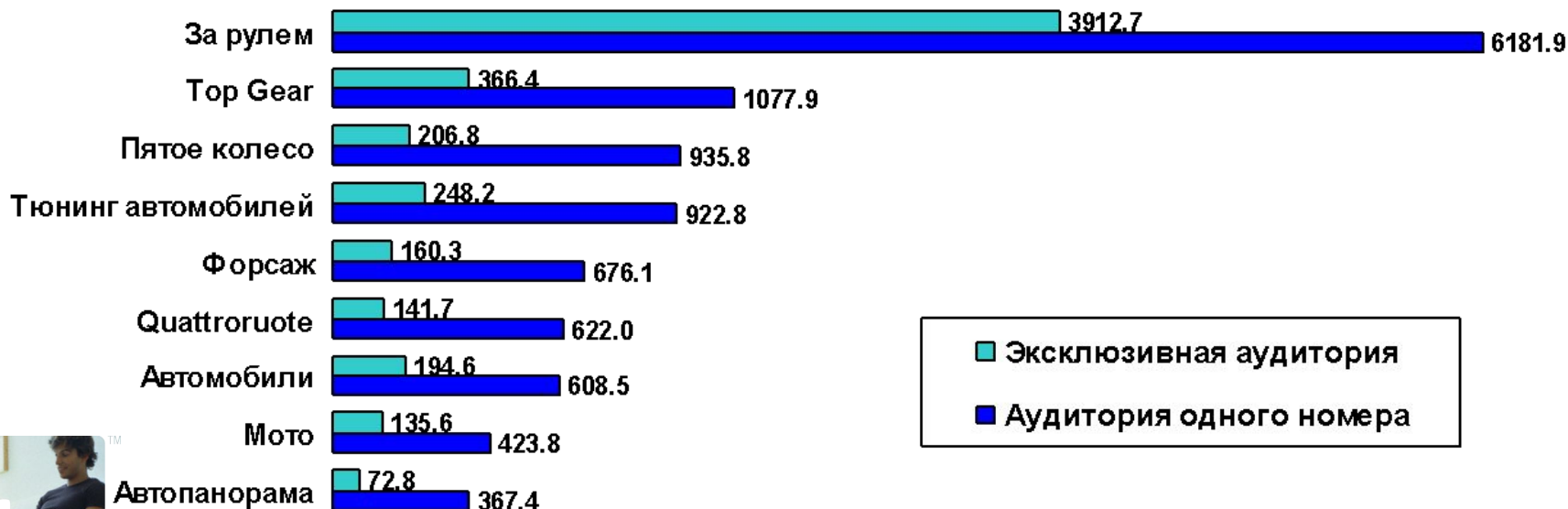
Еженедельные издания



Выходящие 1 раз в 2 недели издания



Ежемесячные издания



■ Эксклюзивная аудитория
■ Аудитория одного номера



Спасибо за внимание!