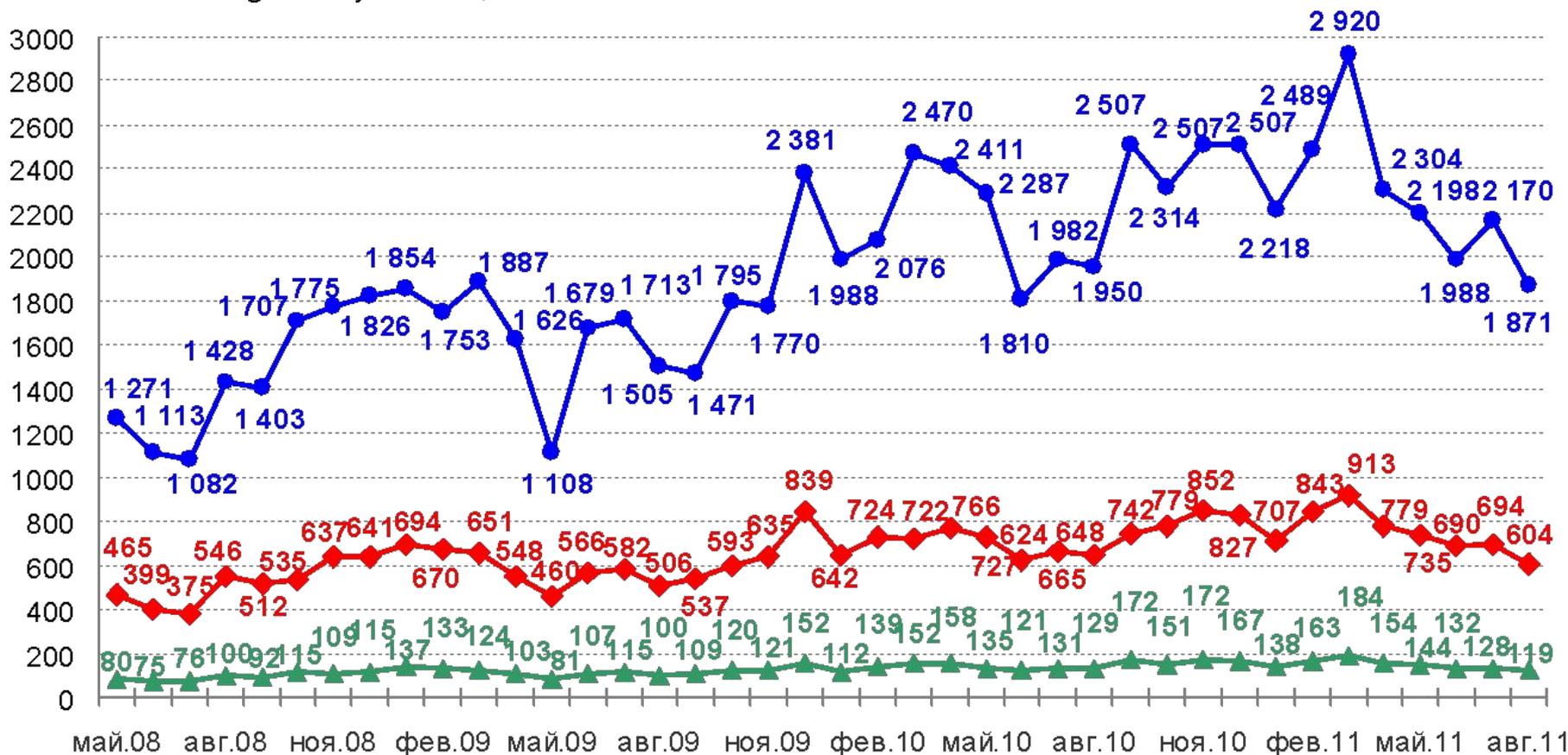


Аудитория интернет-проектов ИД Sanoma Independent Media Август 2011

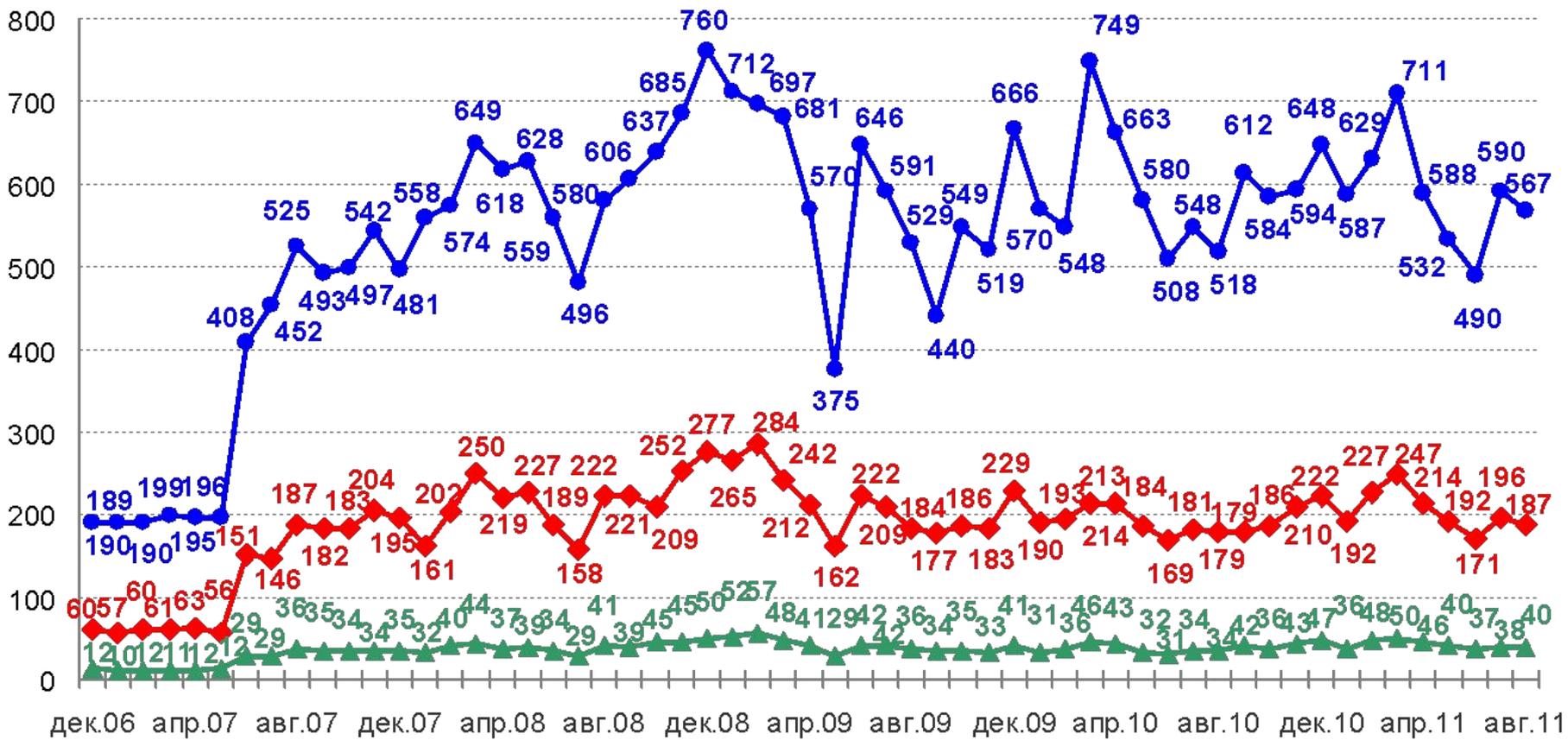
Динамика аудитории Vedomosti.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс. чел.



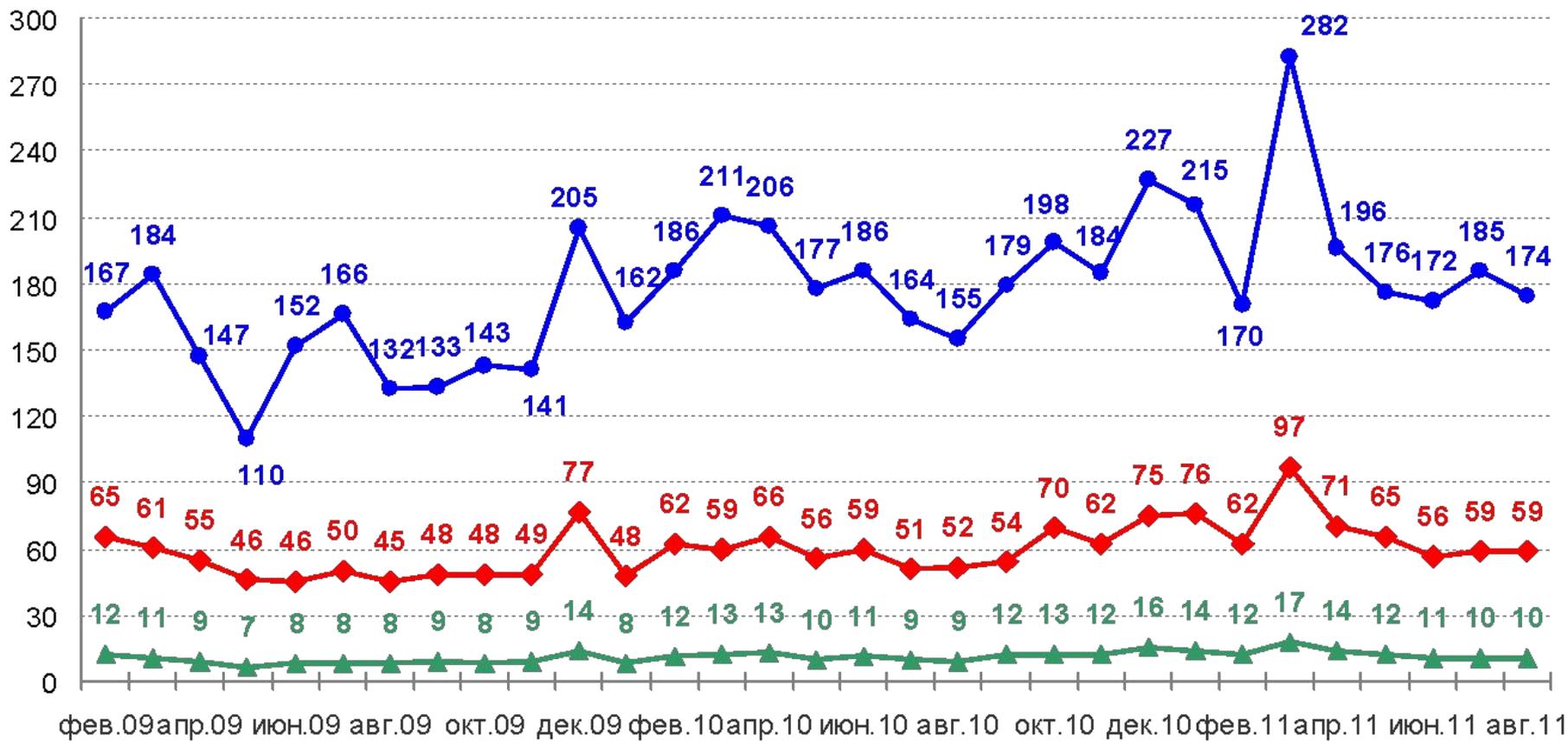
Динамика аудитории Vedomosti.ru в Москве:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



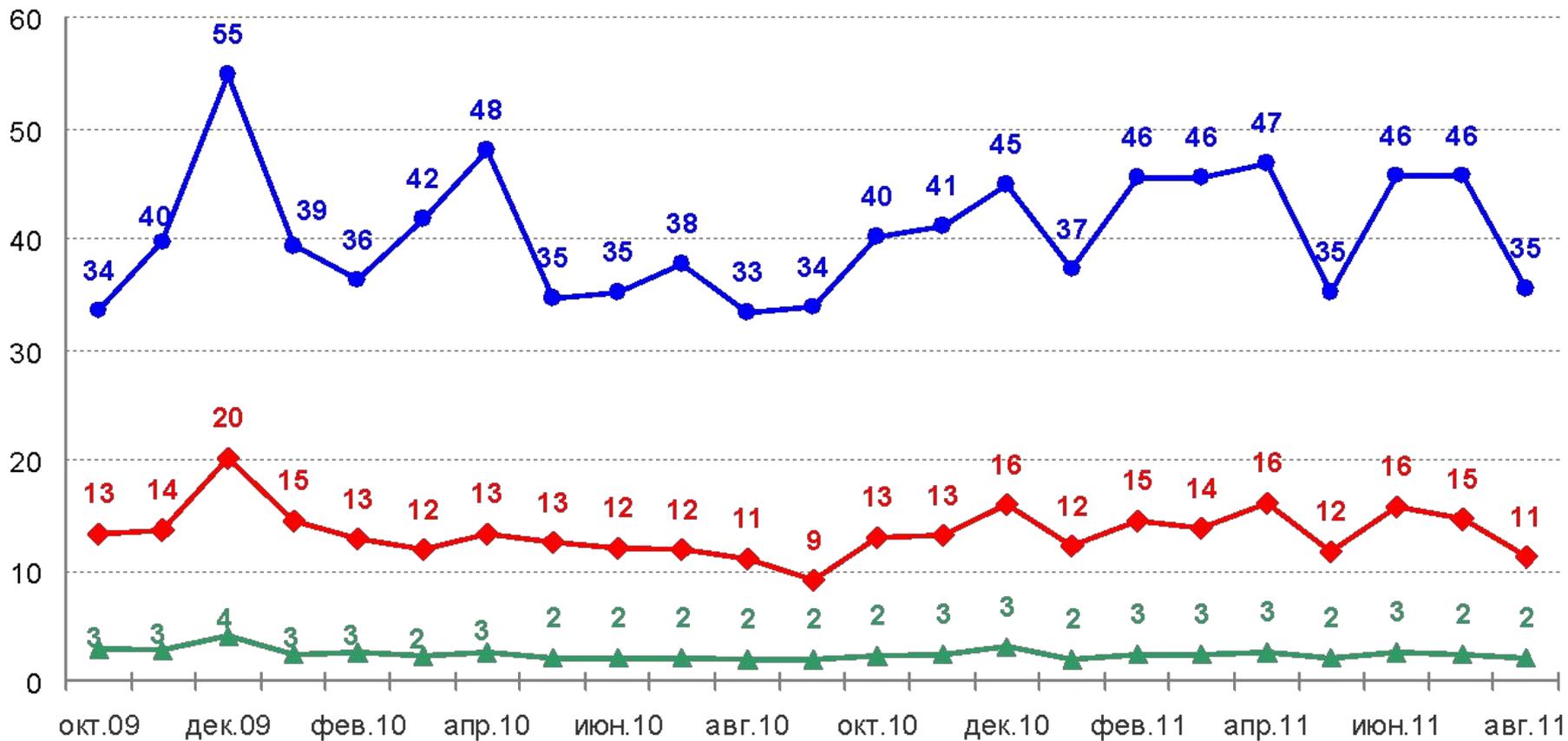
Динамика аудитории Vedomosti.ru в С.-Петербурге:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



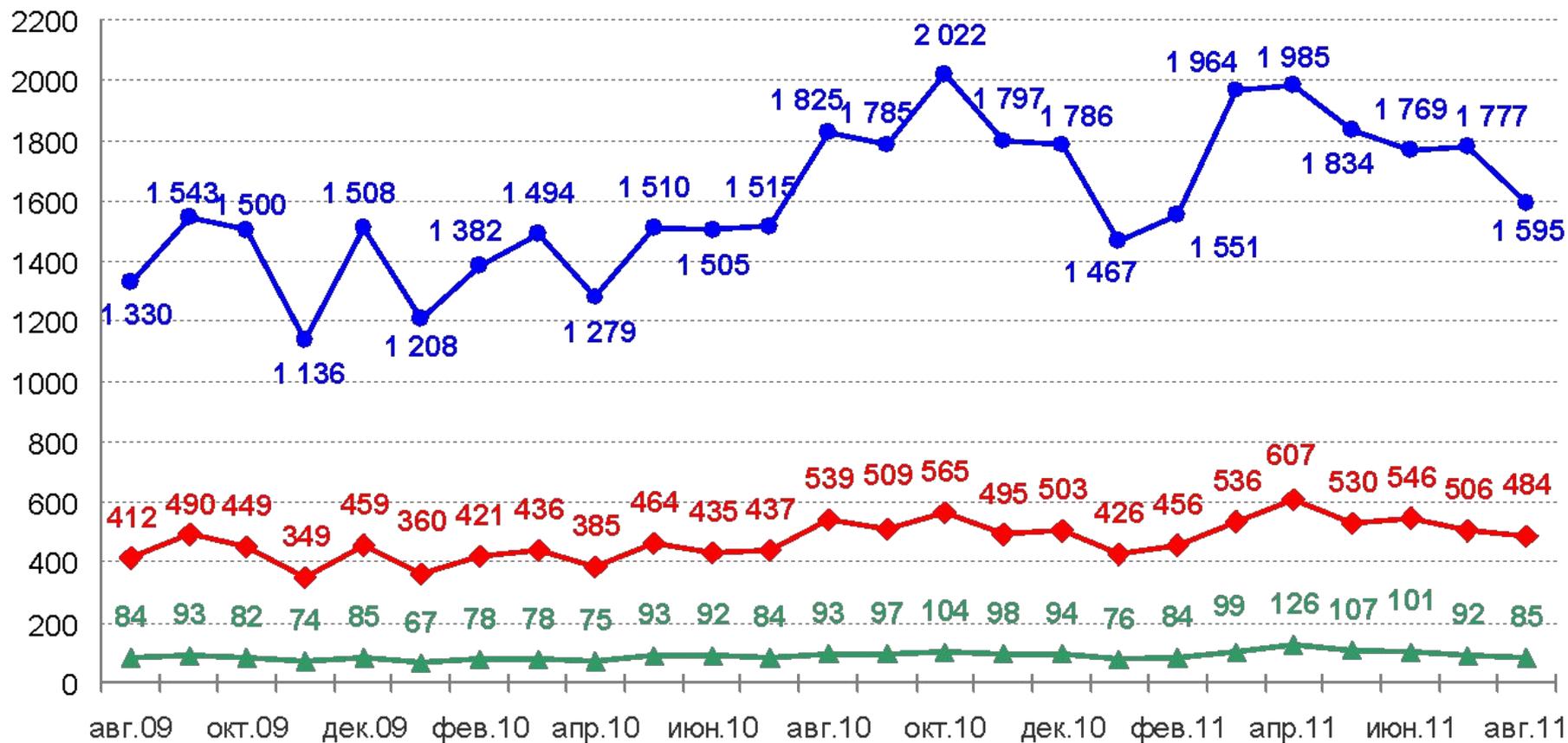
Динамика аудитории Vedomosti.ru в Екатеринбурге:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



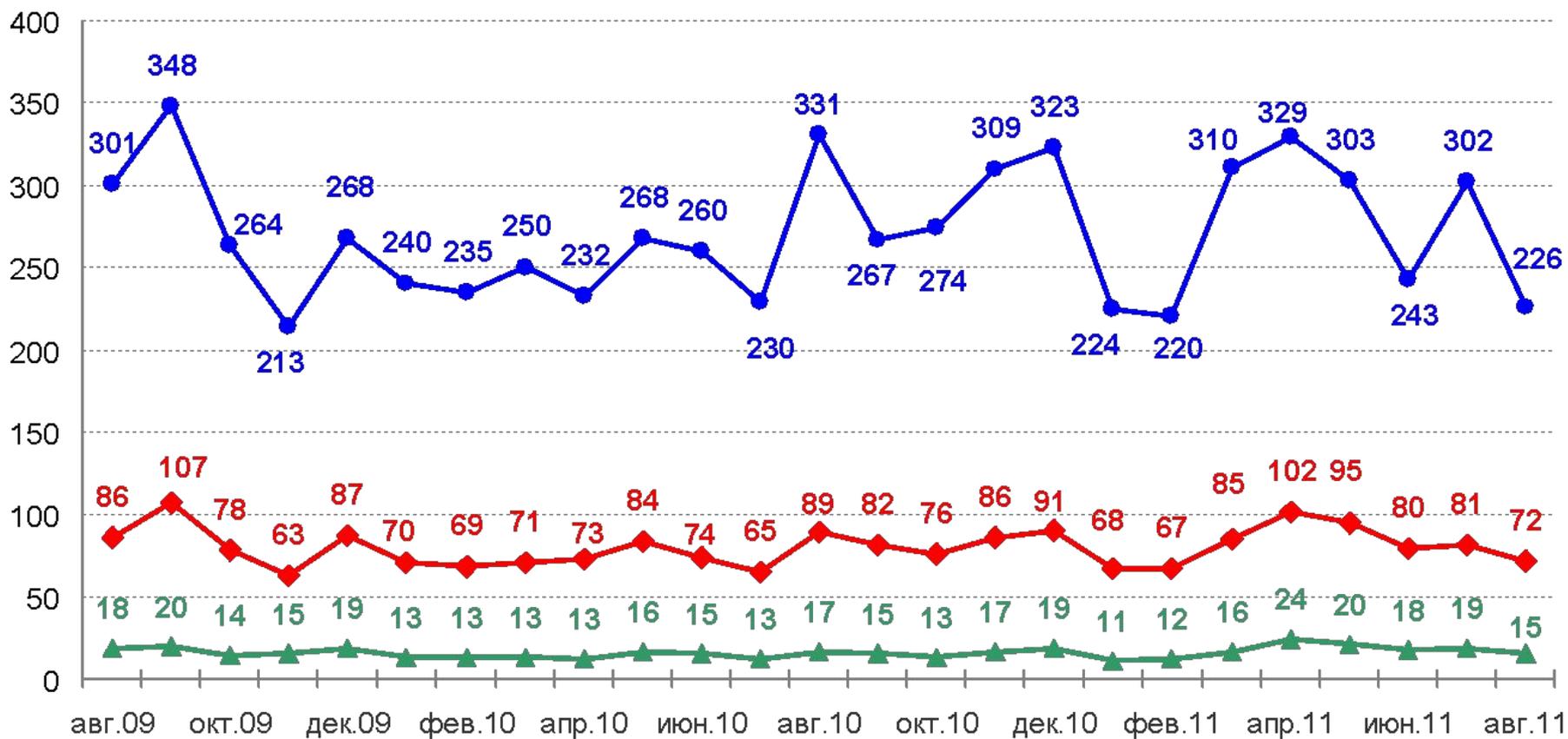
Динамика аудитории Cosmo.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



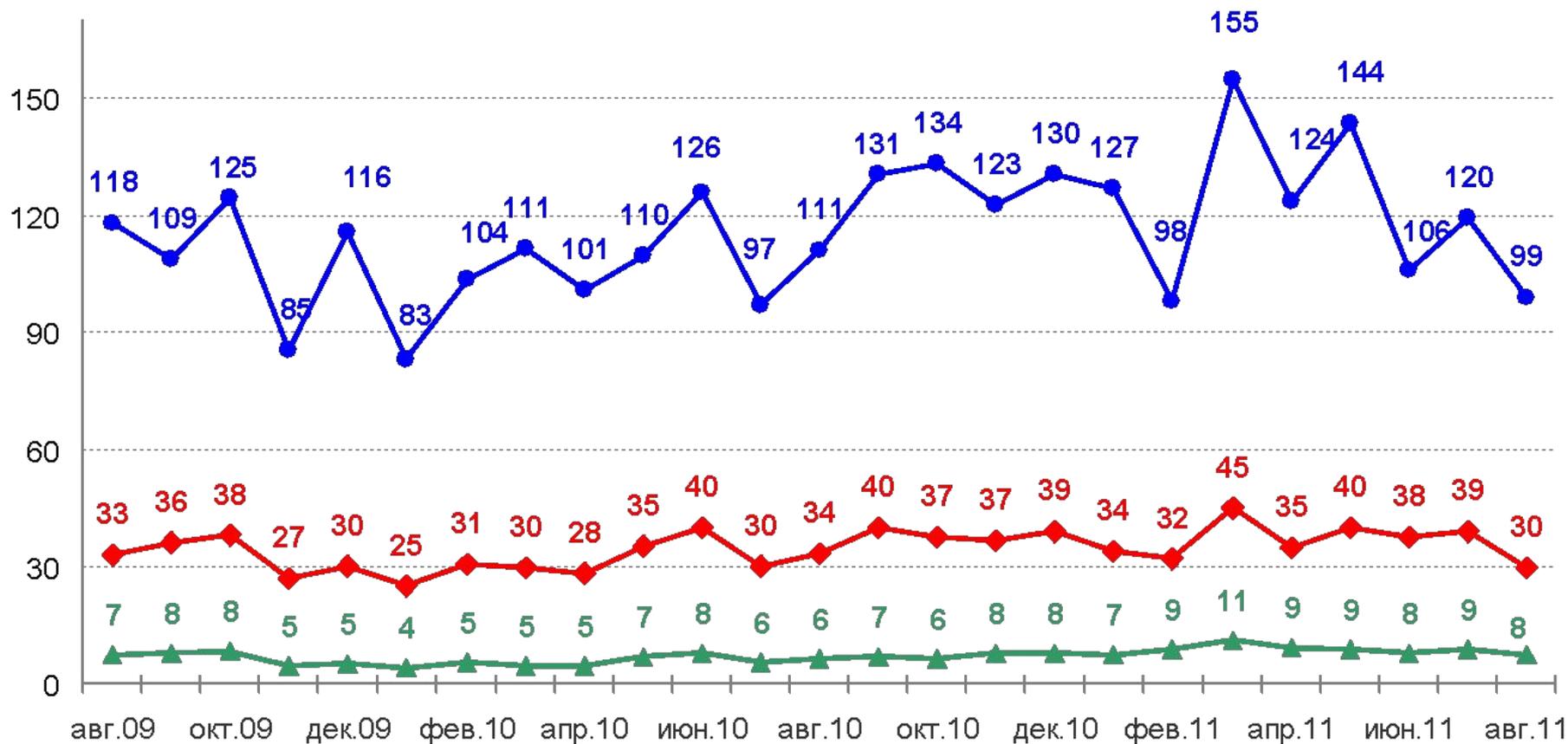
Динамика аудитории Cosmo.ru в Москве:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



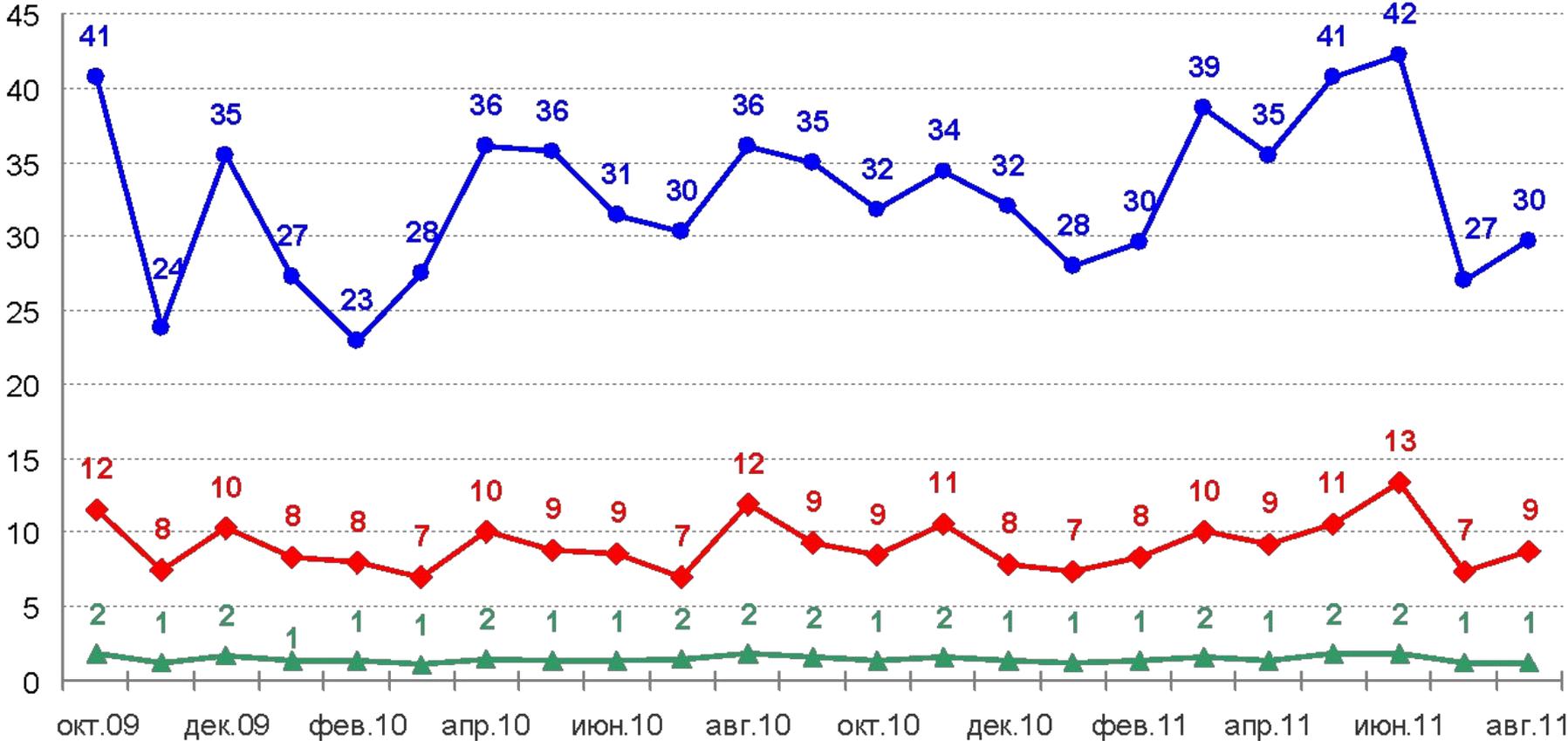
Динамика аудитории Cosmo.ru в С.-Петербурге:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



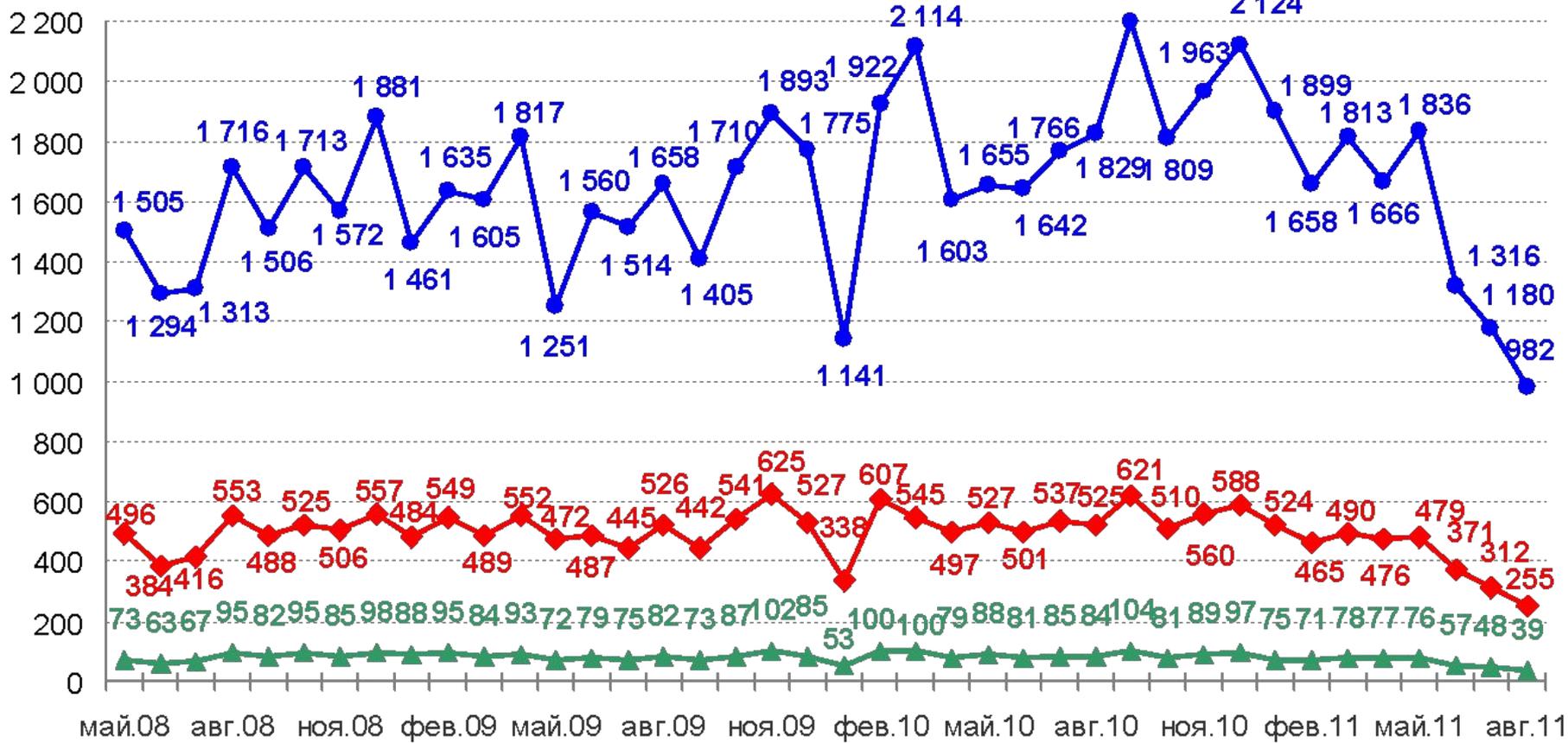
Динамика аудитории Cosmo.ru в Екатеринбурге:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



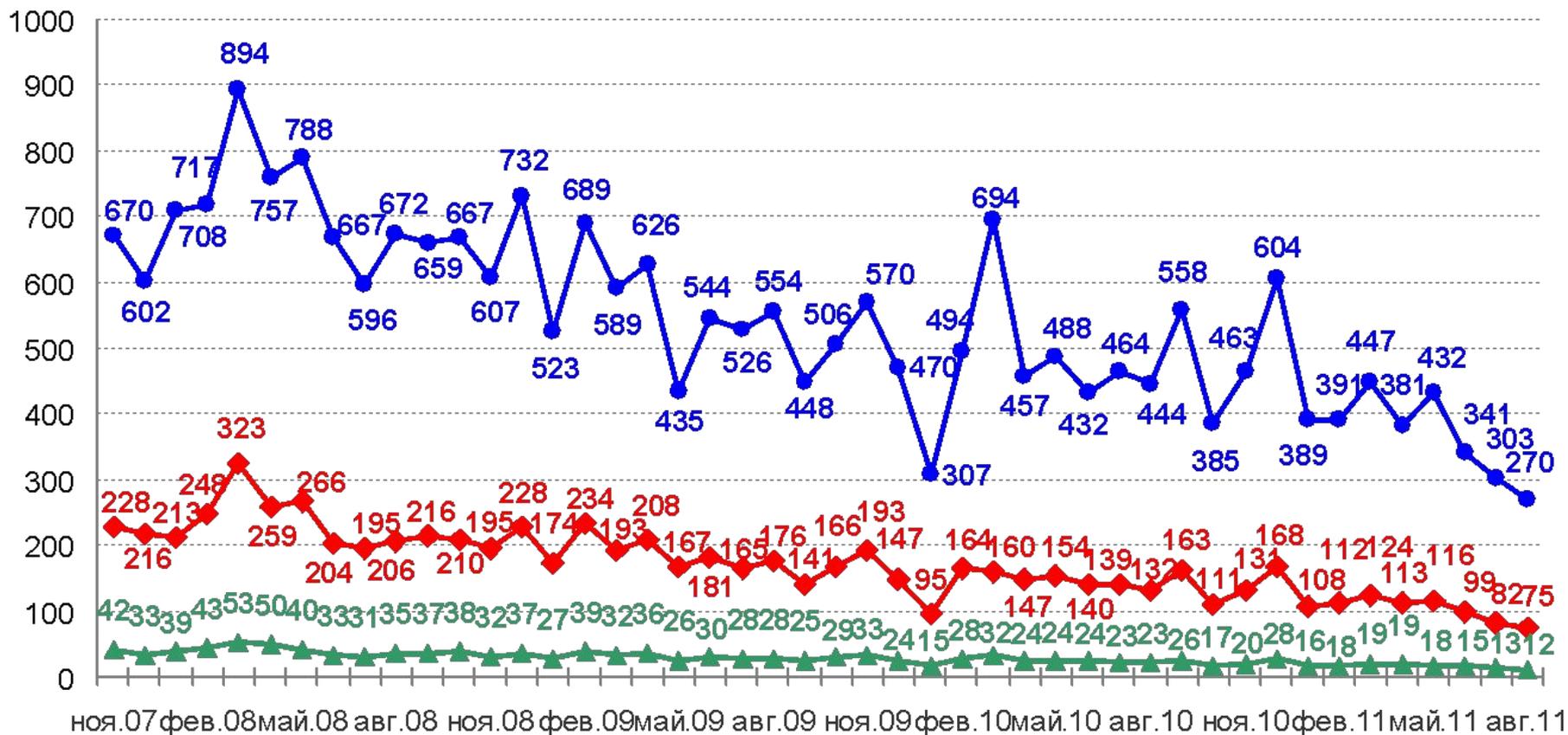
Динамика аудитории RV.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



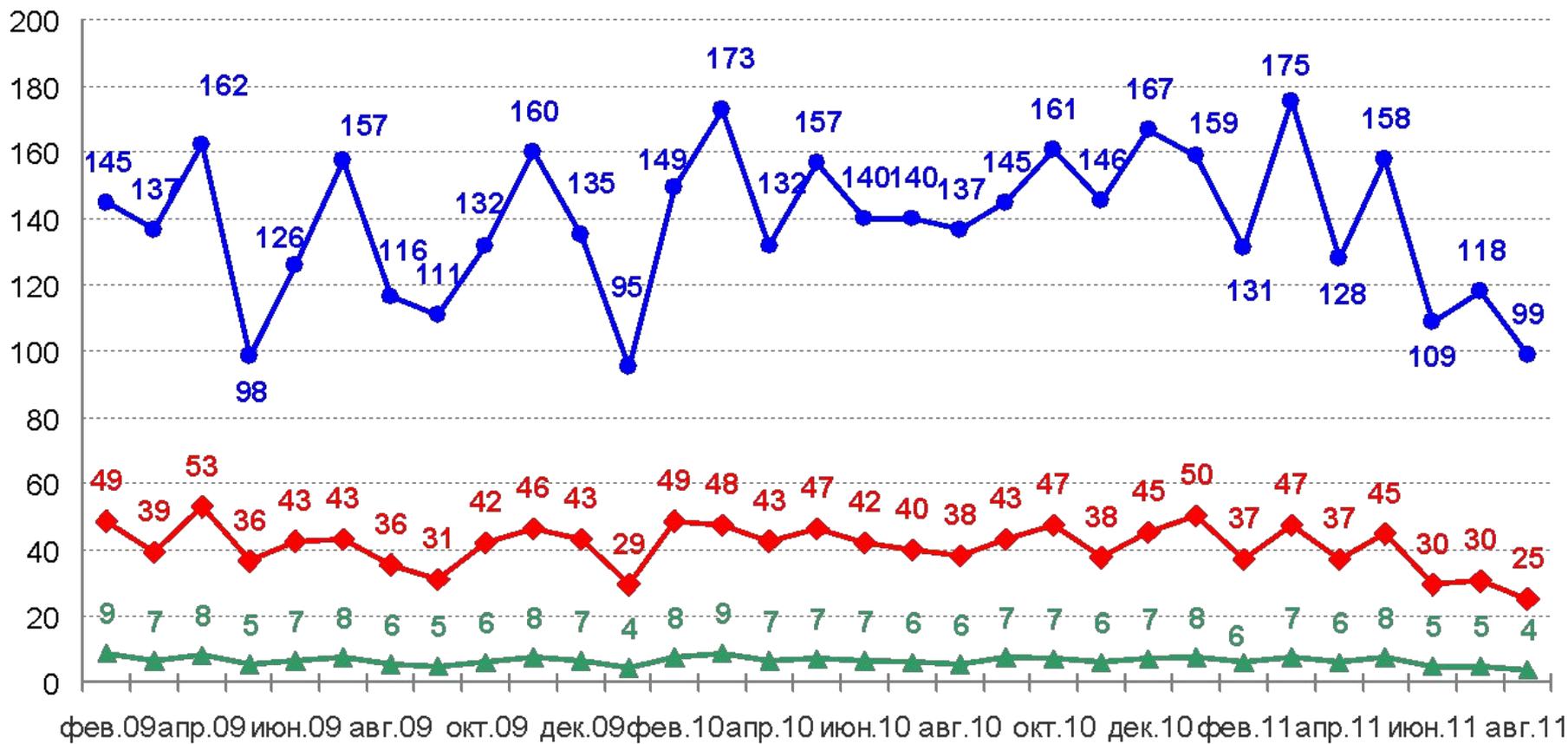
Динамика аудитории RV.ru в Москве:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



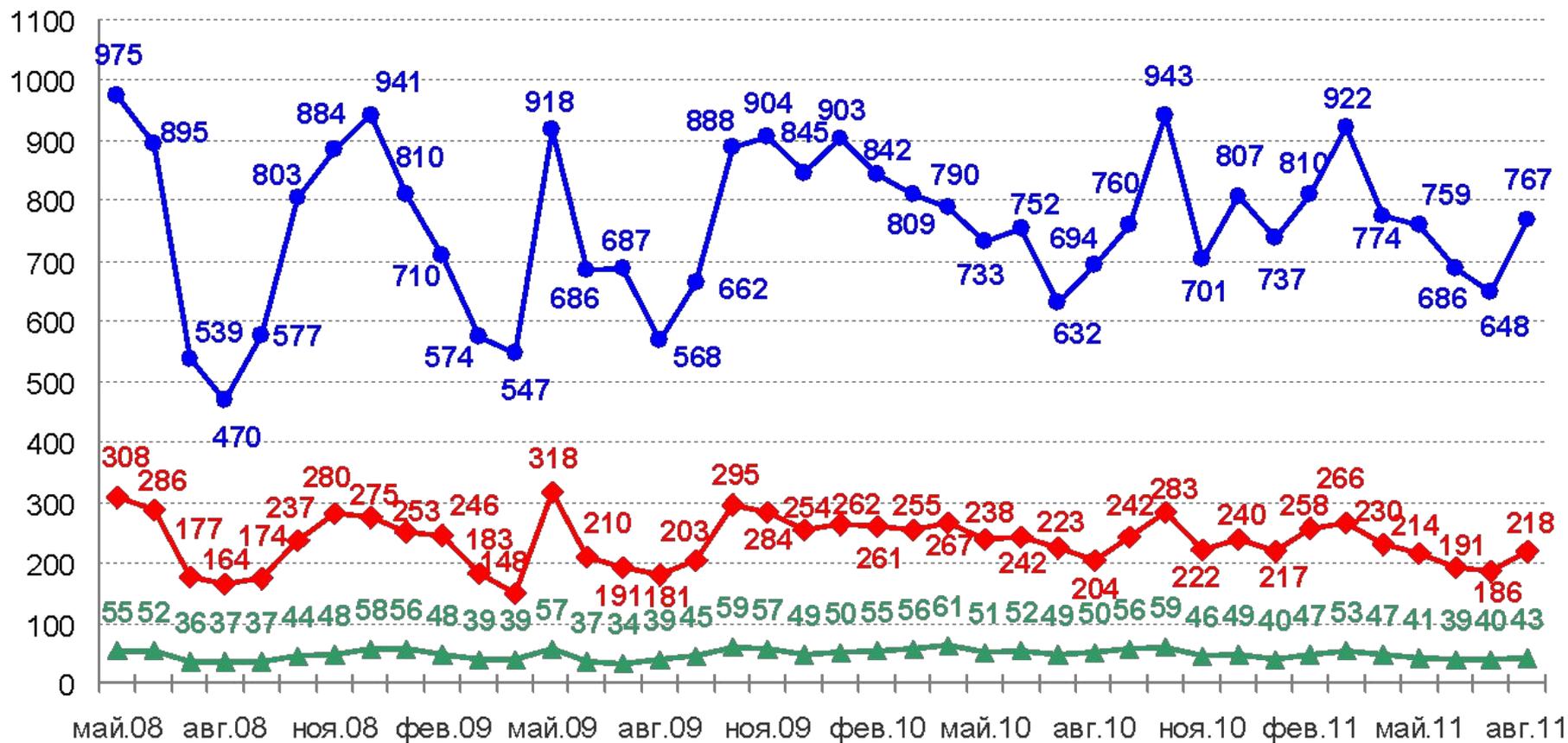
Динамика аудитории RV.ru в С.-Петербурге:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.

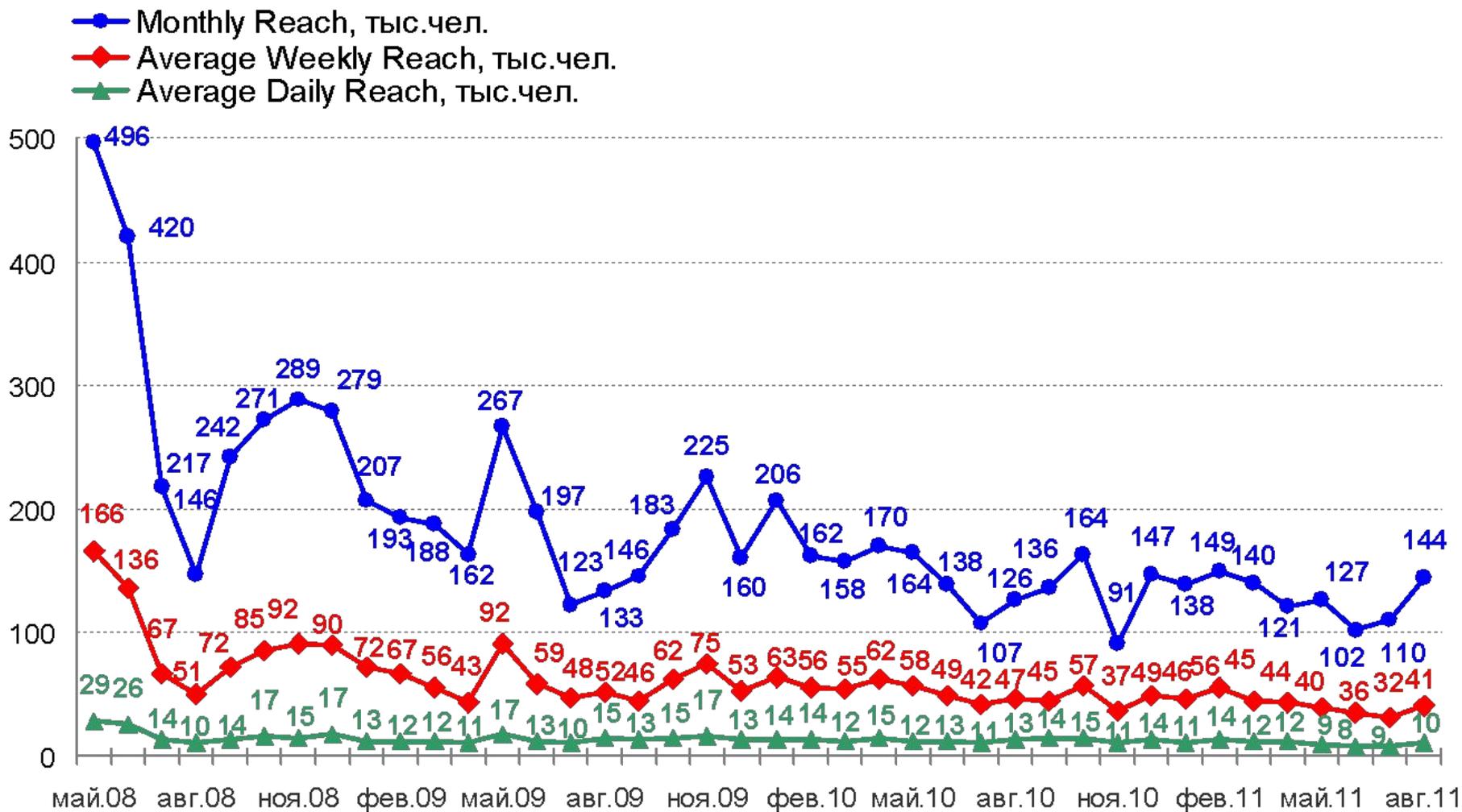


Динамика аудитории Webpark.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.

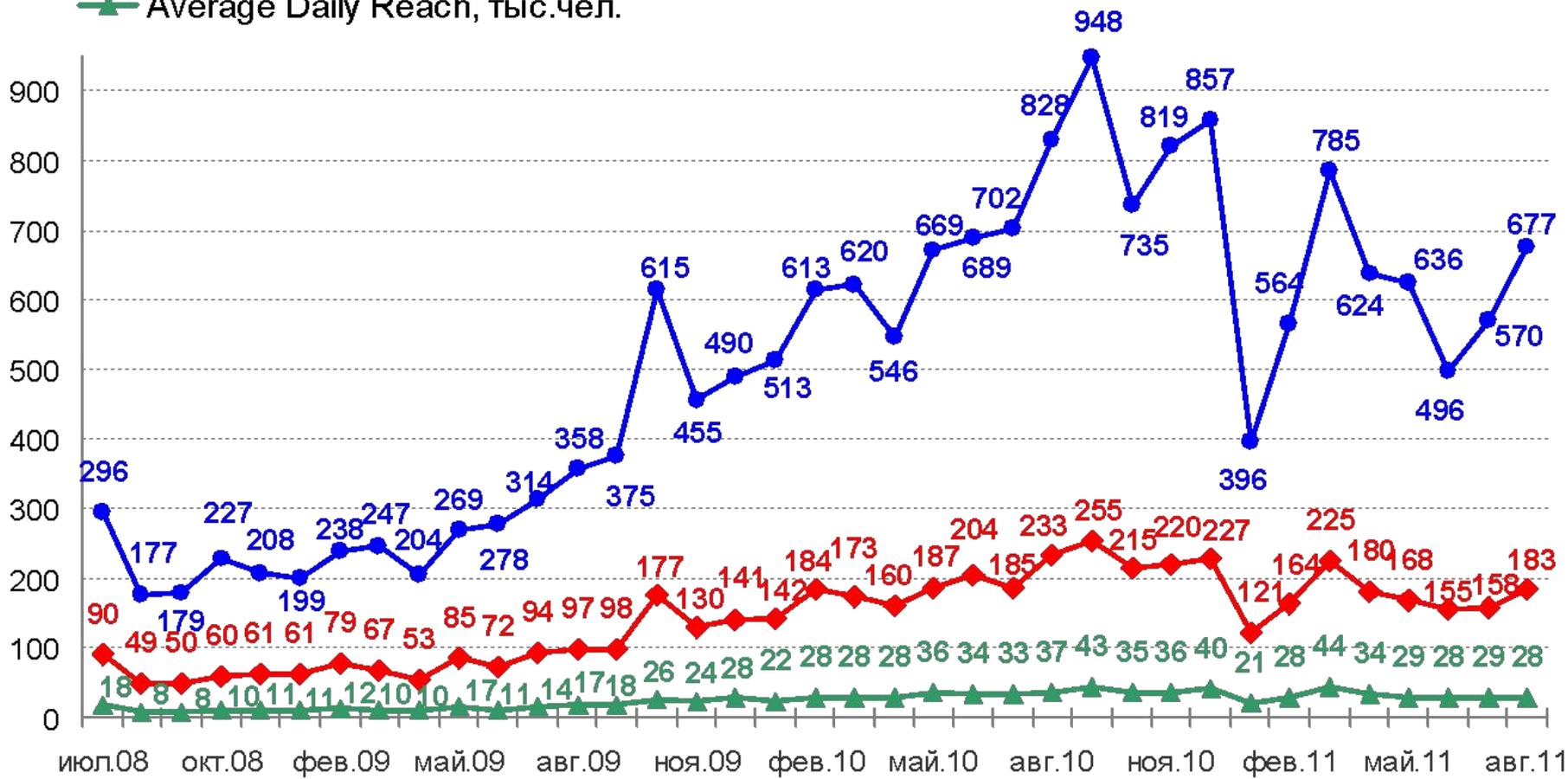


Динамика аудитории Webpark.ru в Москве:



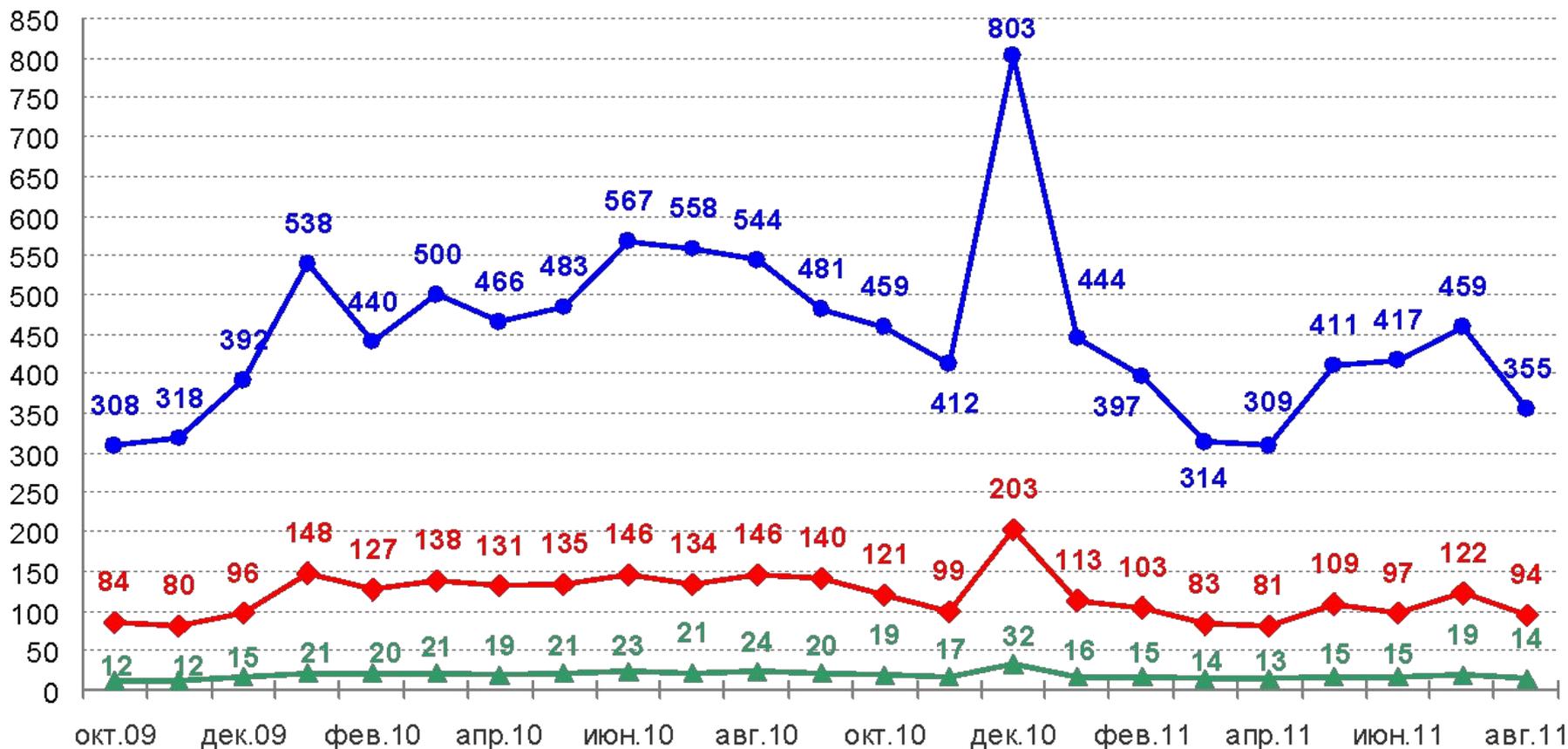
Динамика аудитории Mhealth.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



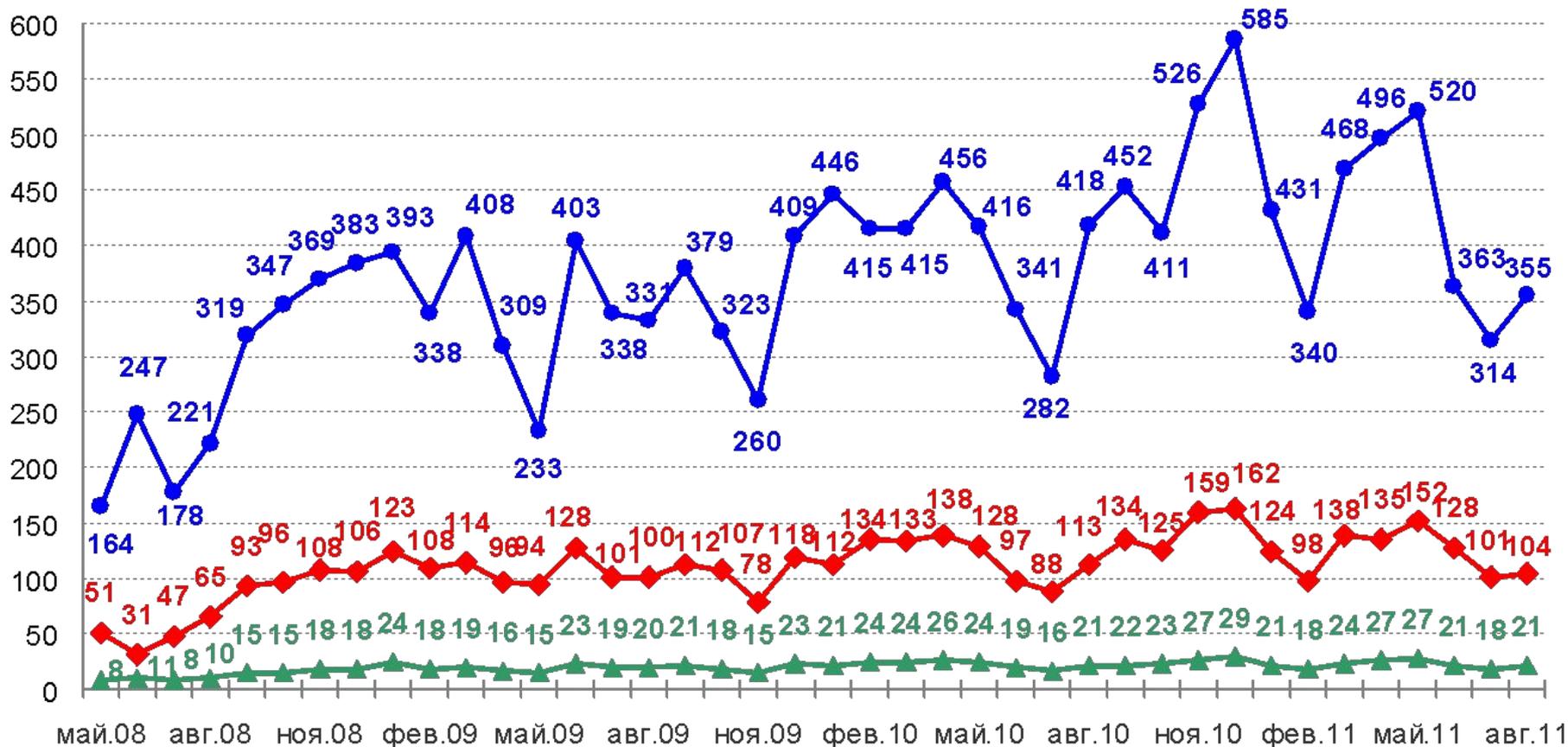
Динамика аудитории Goodhouse.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



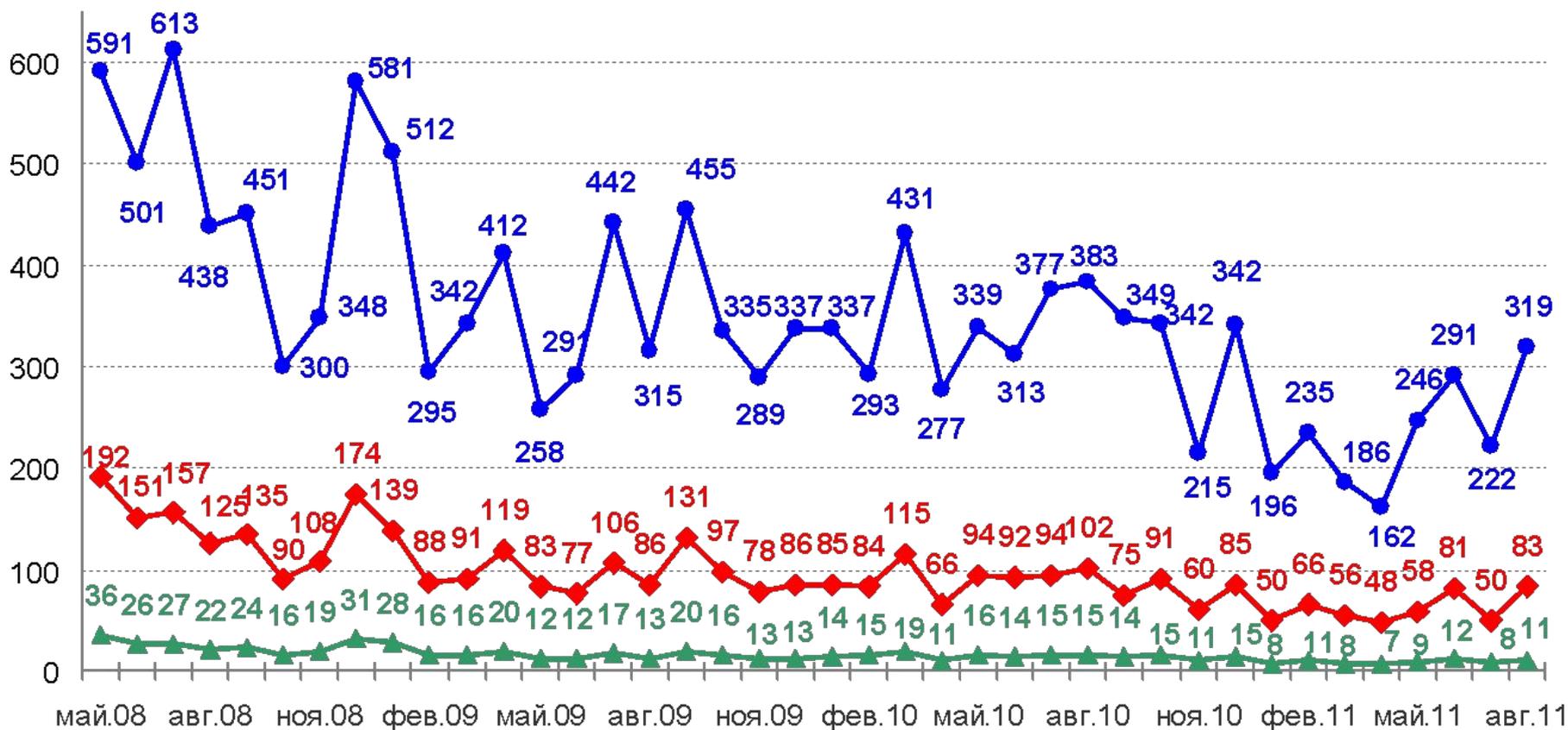
Динамика аудитории Рортсч.ру в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



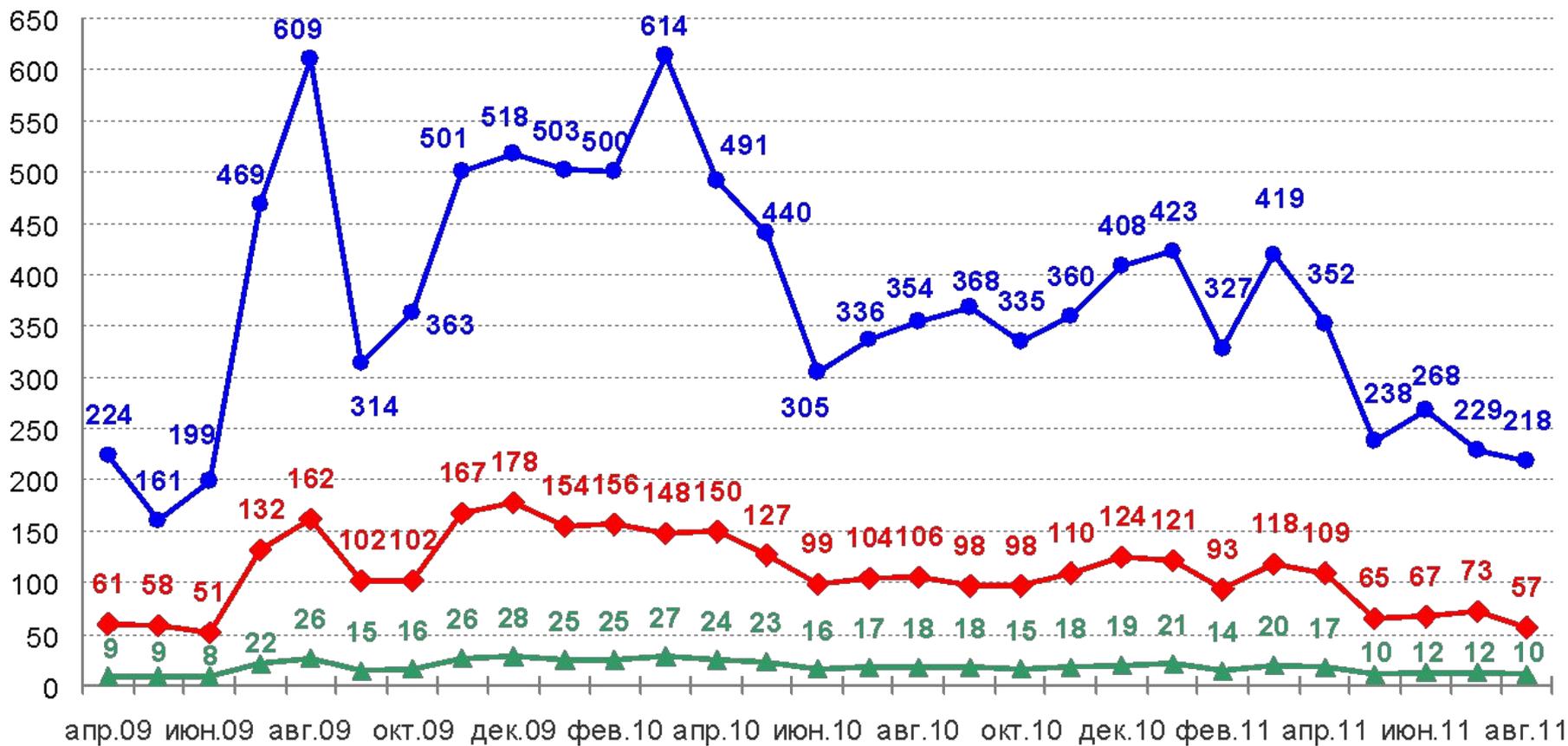
Динамика аудитории Амено.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



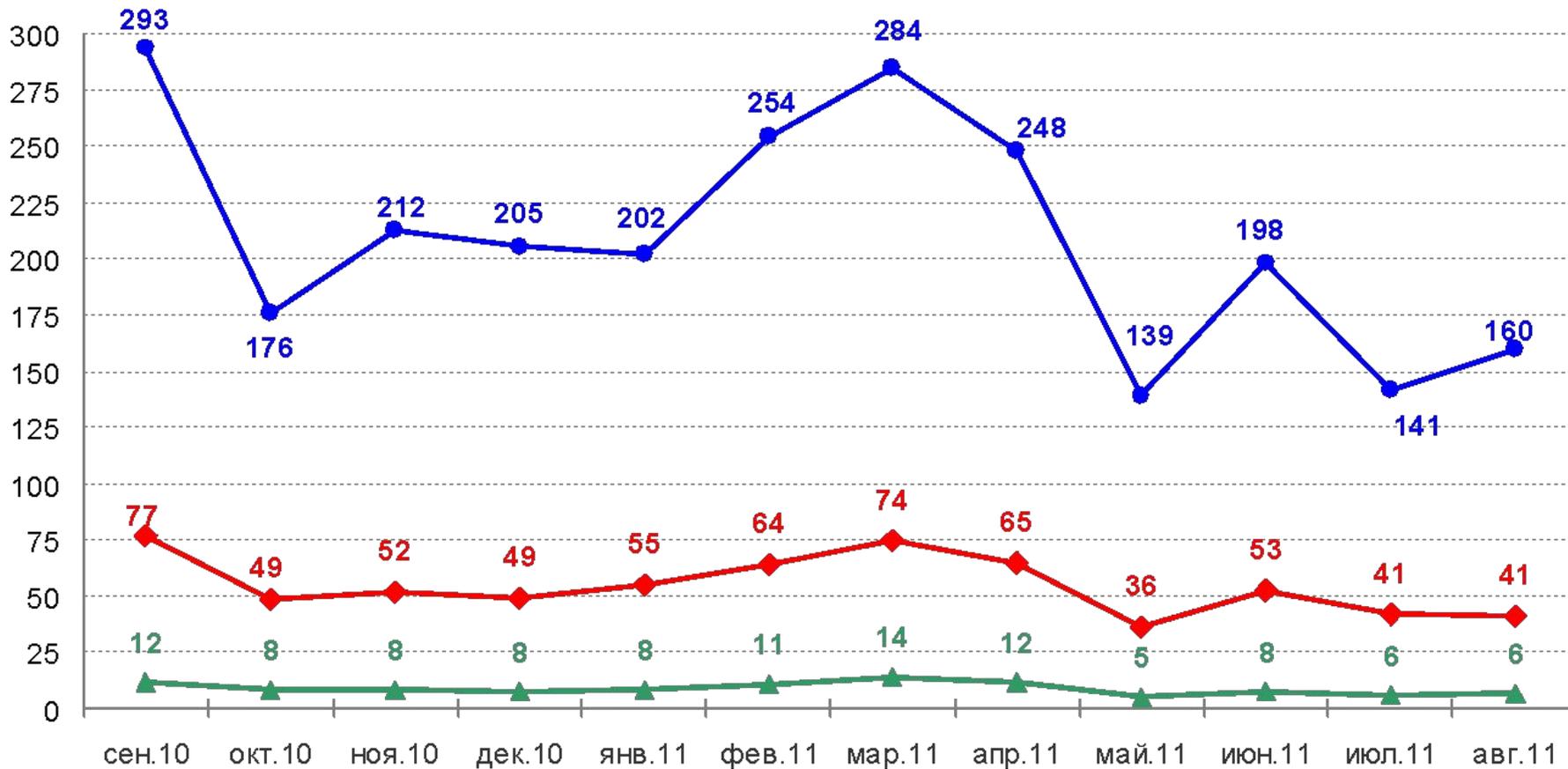
Динамика аудитории Seemore.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



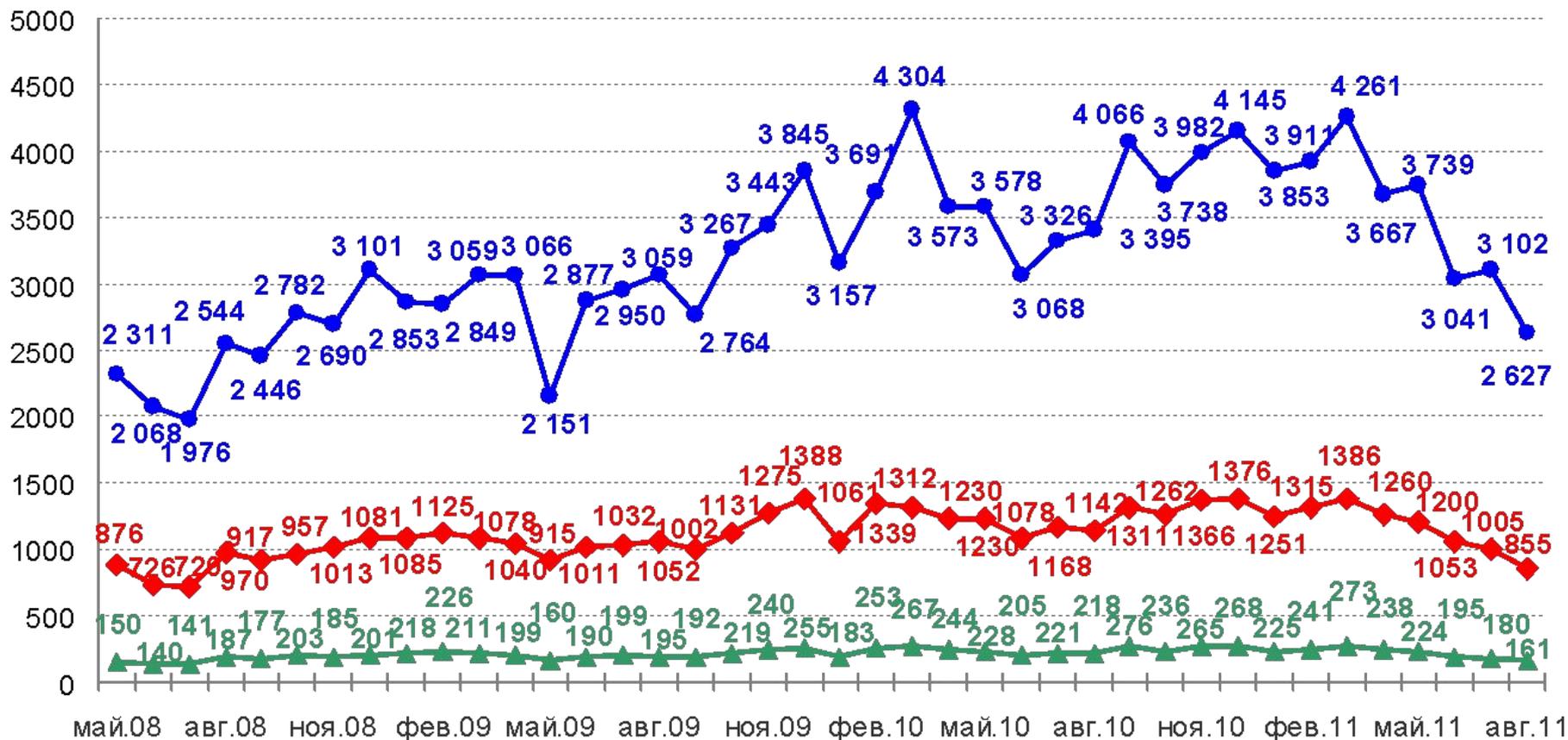
Динамика аудитории Wedding-magazine.ru в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



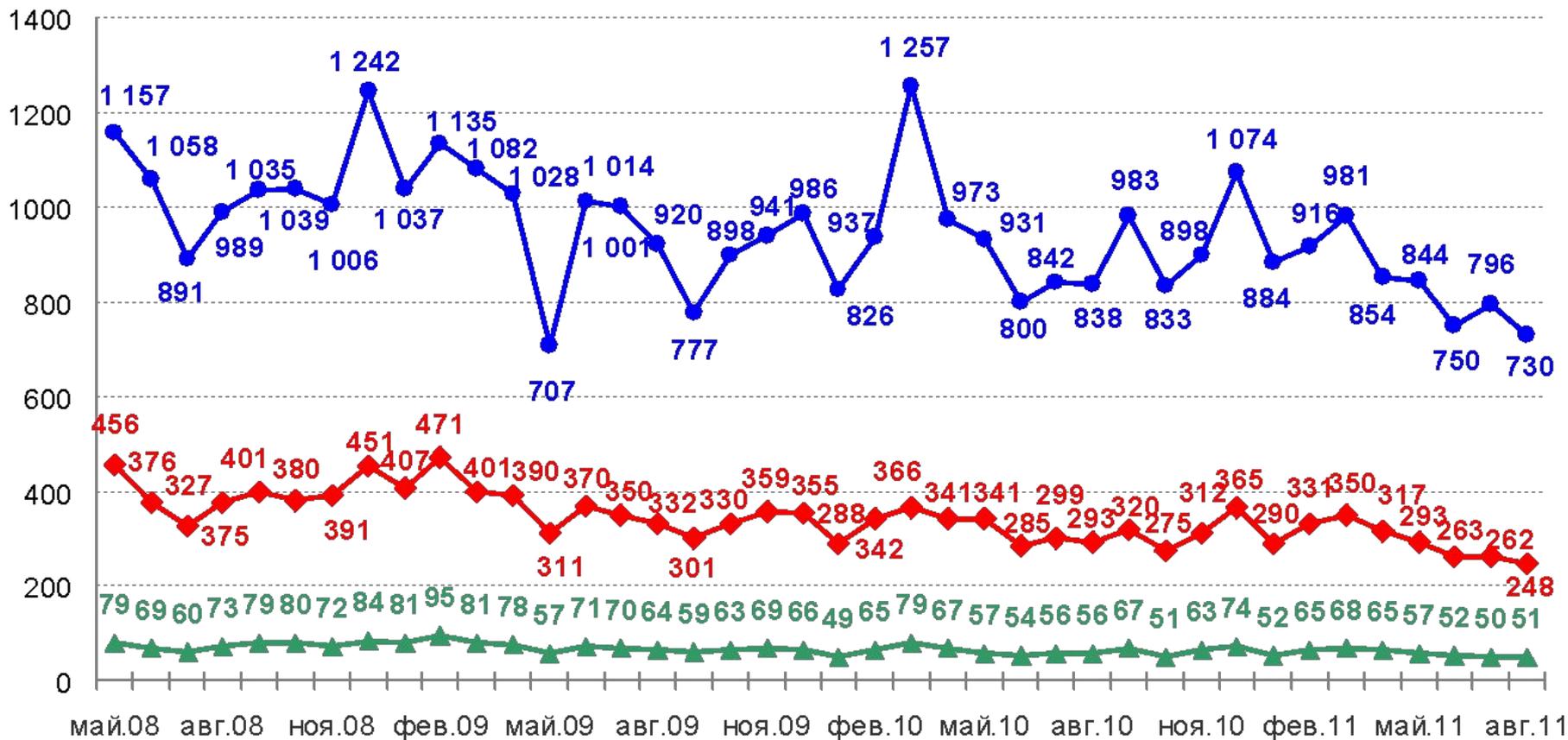
Динамика аудитории сайтов бизнес-блока SIM в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



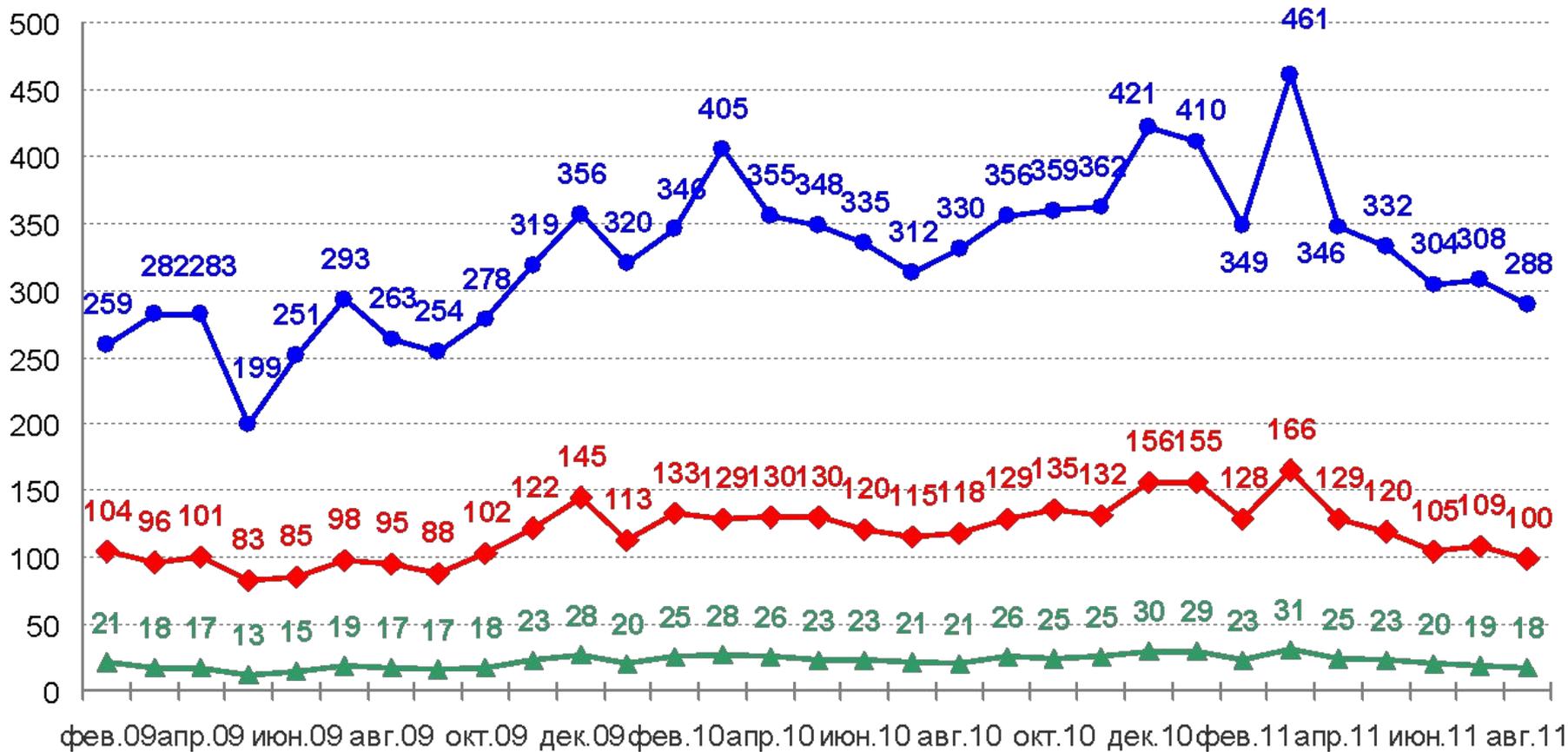
Динамика аудитории сайтов бизнес-блока SIM в Москве:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



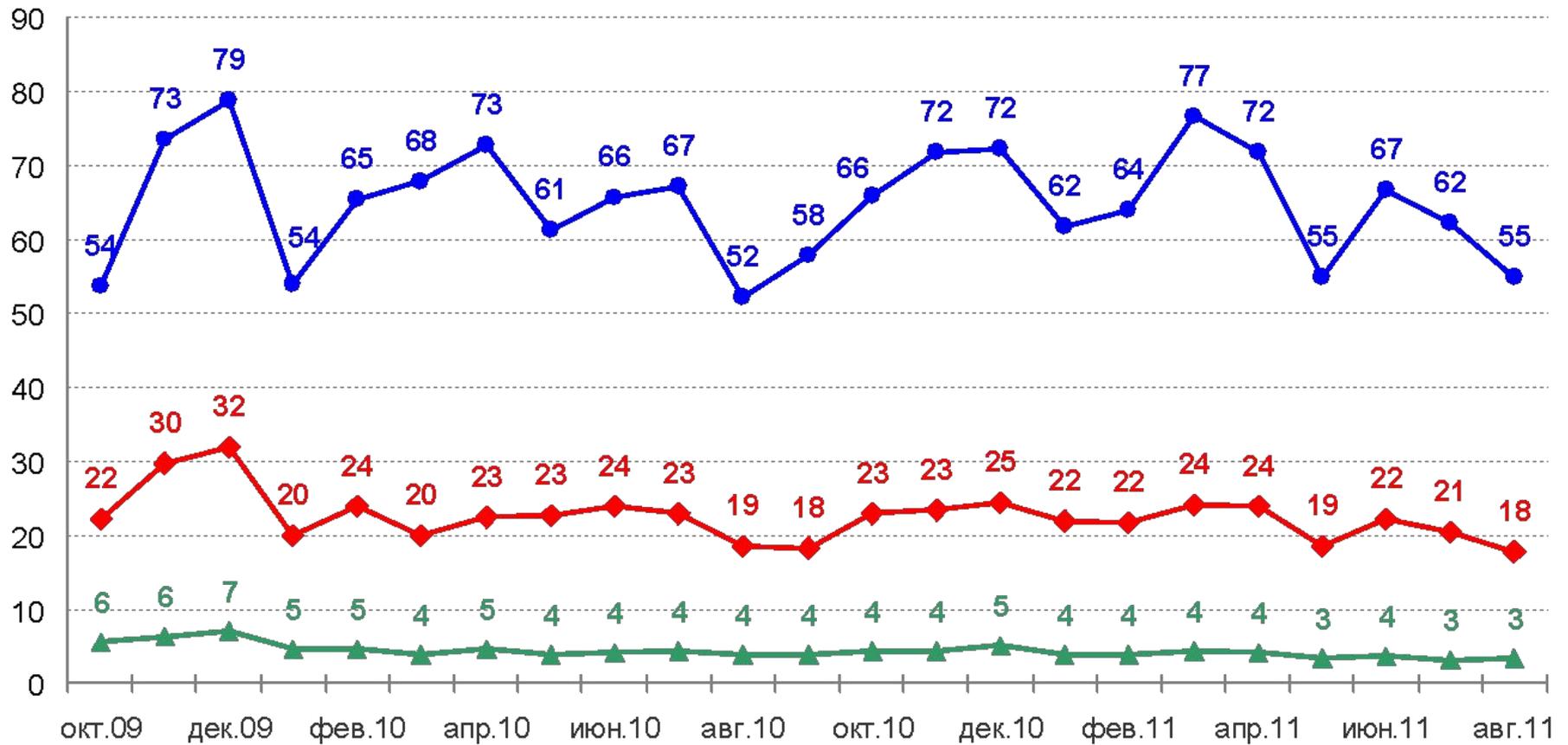
Динамика аудитории сайтов бизнес-блока SIM в С.-Петербурге:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



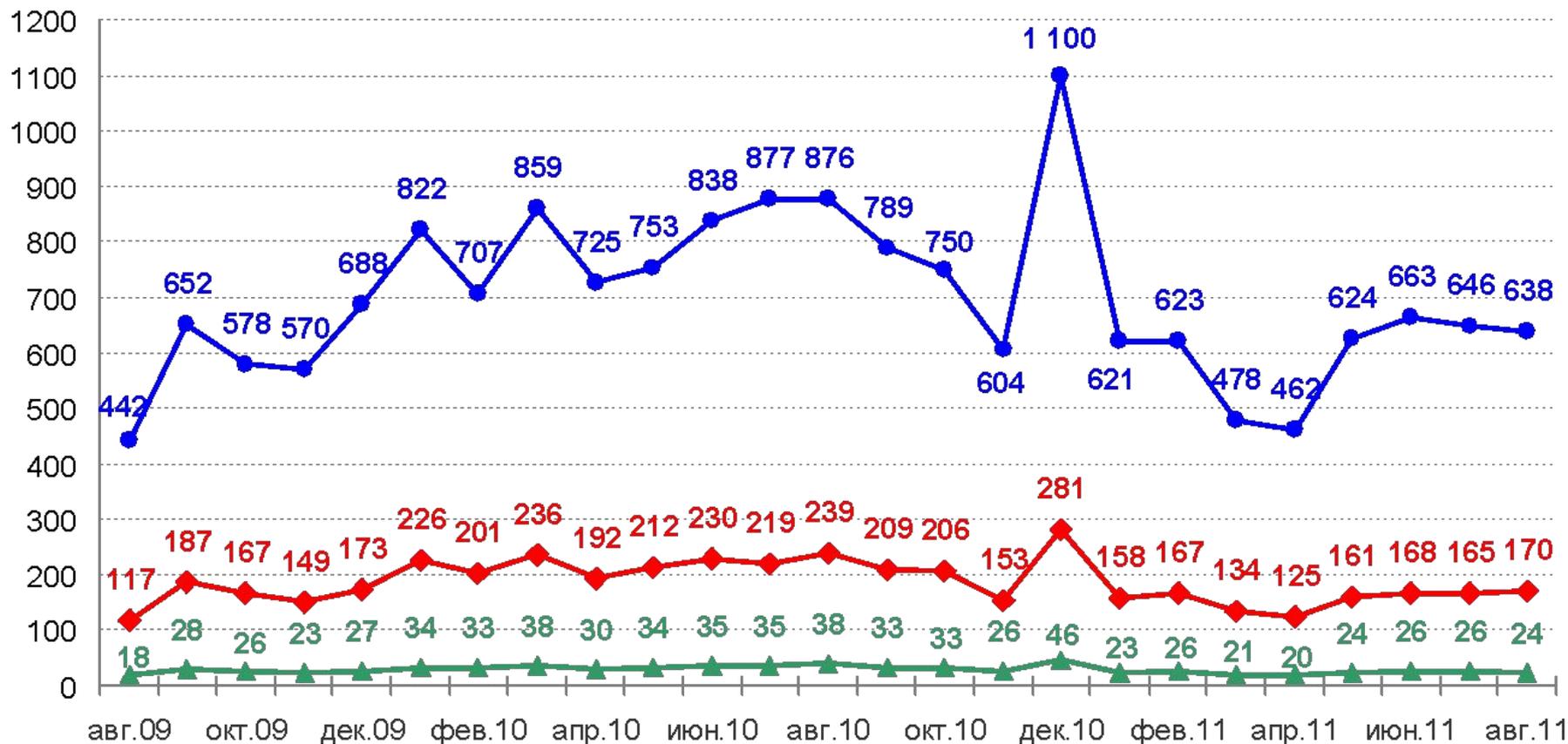
Динамика аудитории сайтов бизнес-блока SIM в Екатеринбурге:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



Динамика аудитории синдиката «Домашний Очаг» в России 100 000+:

- Monthly Reach, тыс.чел.
- ◆ Average Weekly Reach, тыс.чел.
- ▲ Average Daily Reach, тыс.чел.



Аудитория проектов ИД Sanoma Independent Media Август 2011

			Sanoma Independent Media (12 проектов)*				Vedomosti.ru				Cosmo.ru (2 проекта)***			
			Россия 100+	Москва	СПб	Екб	Россия 100+	Москва	СПб	Екб	Россия 100+	Москва	СПб	Екб
Monthly Reach	Тысяч человек		5 597.5	1 143.3	484.6	116.7	1 870.6	567.4	173.9	35.4	1 594.6	226.1	99.1	29.7
	В населении 12-54		12.9%	17.2%	17.1%	13.3%	4.3%	8.6%	6.1%	4.0%	3.7%	3.4%	3.5%	3.4%
Average Weekly Reach	Тысяч человек		1 881.4	401.6	166.7	39.4	603.9	186.9	59.0	11.3	483.9	72.1	29.7	8.7
	В населении 12-54		4.4%	6.1%	5.9%	4.5%	1.4%	2.8%	2.1%	1.3%	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%
Average Weekly Frequency			6.3	8.6	12.6	3.1	5.1	6.8	3.5	3.8	10.4	15.8	54.4	2.2
Average Daily Reach	Будни	Тысяч человек	386.1	100.7	37.8	**	137.6	49.2	12.5	**	89.8	16.7	**	**
		В населении 12-54	0.9%	1.5%	1.3%	**	0.3%	0.7%	0.4%	**	0.2%	0.3%	**	**
	Выходные	Тысяч человек	260.4	41.1	20.3	**	65.4	12.6	**	**	70.2	10.9	**	**
		В населении 12-54	0.6%	0.6%	0.7%	**	0.2%	0.2%	**	**	0.2%	0.2%	**	**
Average Daily Frequency			4.8	5.9	9.0	**	3.7	4.5	2.8	**	8.5	11.3	**	**
Average Minutes per Day			N/A				3				3			
Данные счетчика: Unique Visitors по миру****			11 063 845				3 209 944				3 178 060			

* В аудиторию ИД Independent Media входят 12 проектов: Vedomosti.ru, SMoney.ru, Mhealth.ru, Goodhouse.ru, Cosmoshopping.ru, RB.ru, Popmech.ru, Ameno.ru, Webpark.ru, Cosmo.ru, Seemore.ru и Wedding-magazine.ru.

** В силу размера выборки значение не является статистически валидным.

*** Проект Cosmo.ru включает в себя: Cosmo.ru, Радио Cosmo.

**** Полные данные счетчика без географических ограничений, т.е. количество посетителей ресурса (Unique Visitors) из любой точки мира.

Аудитория проектов ИД Sanoma Independent Media Август 2011

		RB.ru			Webpark.ru		Mhealth.ru	Goodhouse.ru	
		Россия 100+	Москва	СПб	Россия 100+	Москва	Россия 100+	Россия 100+	
Monthly Reach	Тысяч человек	981.8	270.0	98.9	766.8	143.7	676.5	355.2	
	В населении 12-54	2.3%	4.1%	3.5%	1.8%	2.2%	1.6%	0.8%	
Average Weekly Reach	Тысяч человек	255.2	75.3	25.4	218.1	41.0	183.2	94.2	
	В населении 12-54	0.6%	1.1%	0.9%	0.5%	0.6%	0.4%	0.2%	
Average Weekly Frequency		2.9	3.0	4.0	5.0	13.3	3.5	2.8	
Average Daily Reach	Будни	Тысяч человек	42.7	13.6	**	44.8	12.1	28.7	**
		В населении 12-54	0.1%	0.2%	**	0.1%	0.2%	0.1%	**
	Выходные	Тысяч человек	26.6	**	**	37.4	**	27.3	**
		В населении 12-54	0.1%	**	**	0.1%	**	0.1%	**
Average Daily Frequency		3.0	2.7	**	3.6	7.7	3.2	**	
Average Minutes per Day		3			2		3	2	
Данные счетчика: Unique Visitors по миру*		1 631 737			1 597 146		1 141 489	781 958	

* Полные данные счетчика без географических ограничений, т.е. количество посетителей ресурса (Unique Visitors) из любой точки мира.

** В силу размера выборки значение не является статистически валидным.

Аудитория проектов ИД Sanoma Independent Media Август 2011

		Popmech.ru	Ameno.ru	Seemore.ru	Wedding-magazine.ru	
		Россия 100+	Россия 100+	Россия 100+	Россия 100+	
Monthly Reach	Тысяч человек	355.2	319.4	217.8	159.7	
	В населении 12-54	0.8%	0.7%	0.5%	0.4%	
Average Weekly Reach	Тысяч человек	103.7	83.2	56.8	41.0	
	В населении 12-54	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	
Average Weekly Frequency		3.0	3.2	1.4	6.7	
Average Daily Reach	Будни	Тысяч человек	**	**	**	
		В населении 12-54	0.1%	**	**	**
	Выходные	Тысяч человек	**	**	**	**
		В населении 12-54	**	**	**	**
Average Daily Frequency		2.2	**	**	**	
Average Minutes per Day		8	1	12	3	
<i>Данные счетчика: Unique Visitors по миру*</i>		434 264	540 342	352 602	471 620	

* Полные данные счетчика без географических ограничений, т.е. количество посетителей ресурса (Unique Visitors) из любой точки мира.

** В силу размера выборки значение не является статистически валидным.

Аудитория Cosmo.ru

Август 2011

		Cosmo.ru (2 проекта)*				Cosmo.ru (сайт)				
		Россия 100+	Москва	СПб	Екб	Россия 100+	Москва	СПб	Екб	
Monthly Reach	Тысяч человек	1 594.6	226.1	99.1	29.7	1 592.9	226.1	97.6	29.7	
	В населении 12-54	3.7%	3.4%	3.5%	3.4%	3.7%	3.4%	3.4%	3.4%	
Average Weekly Reach	Тысяч человек	483.9	72.1	29.7	8.7	483.5	72.1	29.3	8.7	
	В населении 12-54	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%	
Average Weekly Frequency		10.4	15.8	54.4	2.2	10.3	15.7	54.1	2.2	
Average Daily Reach	Будни	Тысяч человек	89.8	16.7	**	**	89.8	16.7	**	**
		В населении 12-54	0.2%	0.3%	**	**	0.2%	0.3%	**	**
	Выходные	Тысяч человек	70.2	10.9	**	**	70.0	10.9	**	**
		В населении 12-54	0.2%	0.2%	**	**	0.2%	0.2%	**	**
Average Daily Frequency		8.5	11.3	**	**	8.5	11.3	**	**	
Average Minutes per Day		N/A				3				
Данные счетчика: Unique Visitors по миру***		3 178 060				3 177 264				

* Проект Cosmo.ru включает в себя: Cosmo.ru, Радио Cosmo.

** В силу размера выборки значение не является статистически валидным.

*** Полные данные счетчика без географических ограничений, т.е. количество посетителей ресурса (Unique Visitors) из любой точки мира.

Аудитория синдикатов ИД Sanoma Independent Media, Август 2011

		Сайты бизнес-блока SIM (4 проекта)*				Синдикат «Домашний Очаг» (2 проекта)**	
		Россия 100+	Москва	СПб	Екб	Россия 100+	
Monthly Reach	Тысяч человек	2 626.5	730.0	288.0	54.9	637.8	
	В населении 12-54	6.1%	11.0%	10.2%	6.2%	1.5%	
Average Weekly Reach	Тысяч человек	855.2	247.7	99.5	17.9	170.0	
	В населении 12-54	2.0%	3.7%	3.5%	2.0%	0.4%	
Average Weekly Frequency		4.5	6.1	3.5	3.2	3.1	
Average Daily Reach	Будни	Тысяч человек	185.1	61.5	21.5	**	25.7
		В населении 12-54	0.4%	0.9%	0.8%	**	0.1%
	Выходные	Тысяч человек	93.0	18.8	**	**	**
		В населении 12-54	0.2%	0.3%	**	**	**
Average Daily Frequency		3.5	4.1	2.8	**	3.0	
<i>Данные счетчика: Unique Visitors за месяц****</i>		4 539 640				1 253 954	

* Бизнес-блок SIM включает в себя проекты: Vedodmosti.ru, Rb.ru, Seemore.ru, Smoney.ru

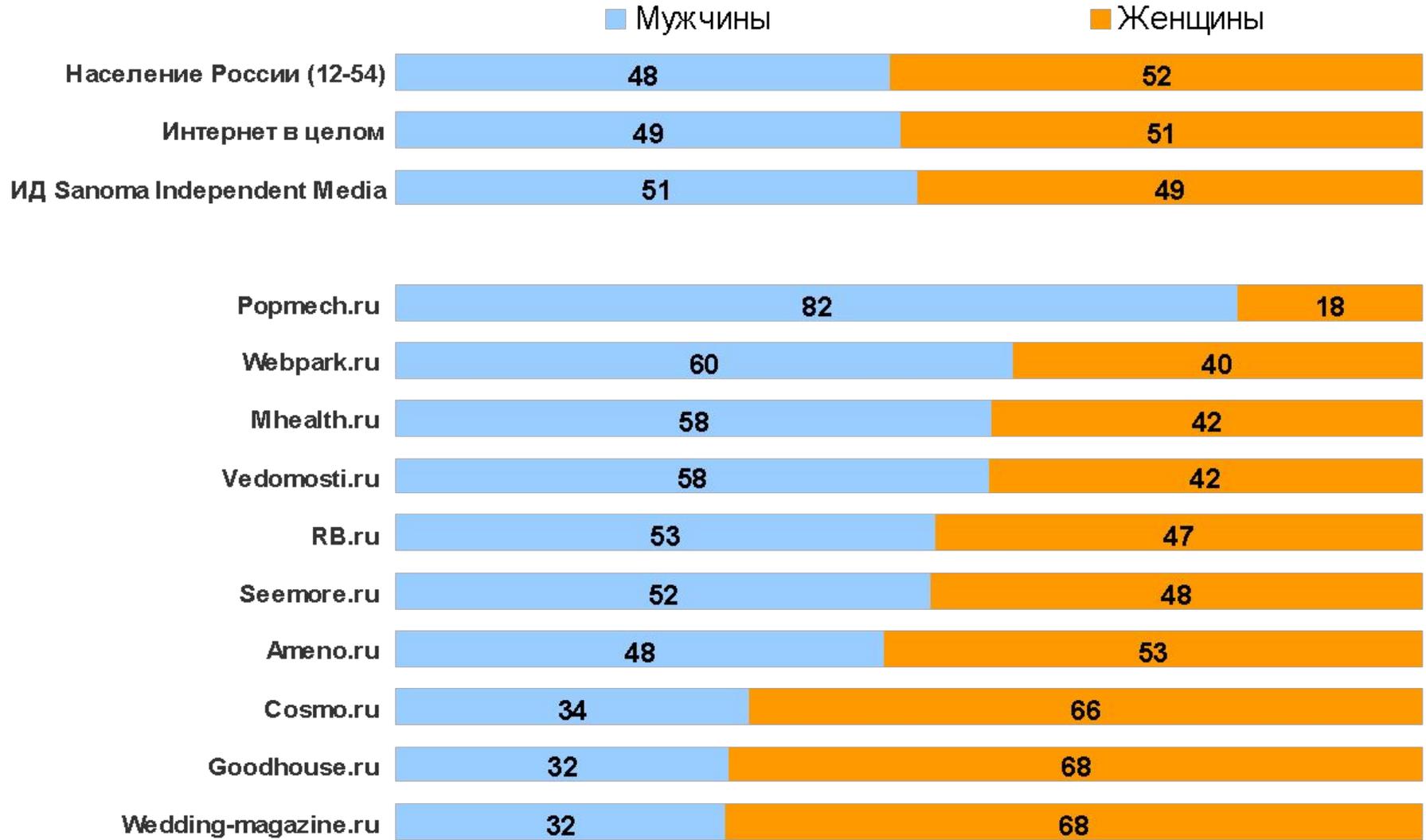
** В силу размера выборки значение не является статистически валидным.

*** Синдикат «Домашний очаг» включает в себя проекты: Apero.ru, Goodhouse.ru.

**** Полные данные счетчика без географических ограничений, т.е. количество посетителей ресурса (Unique Visitors) из любой точки мира.

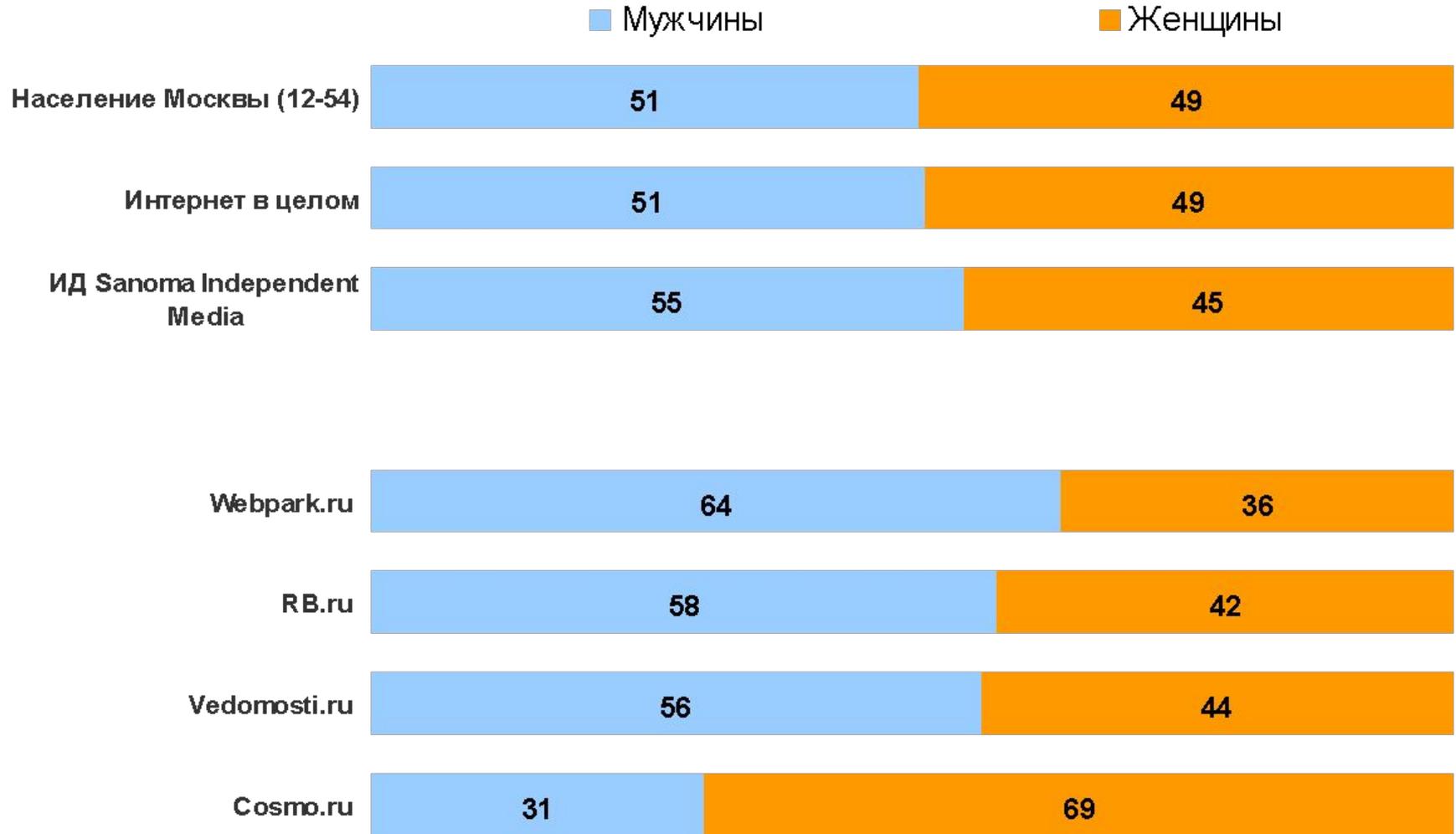
Структура проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол (Россия 100 000+, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле мужчин)



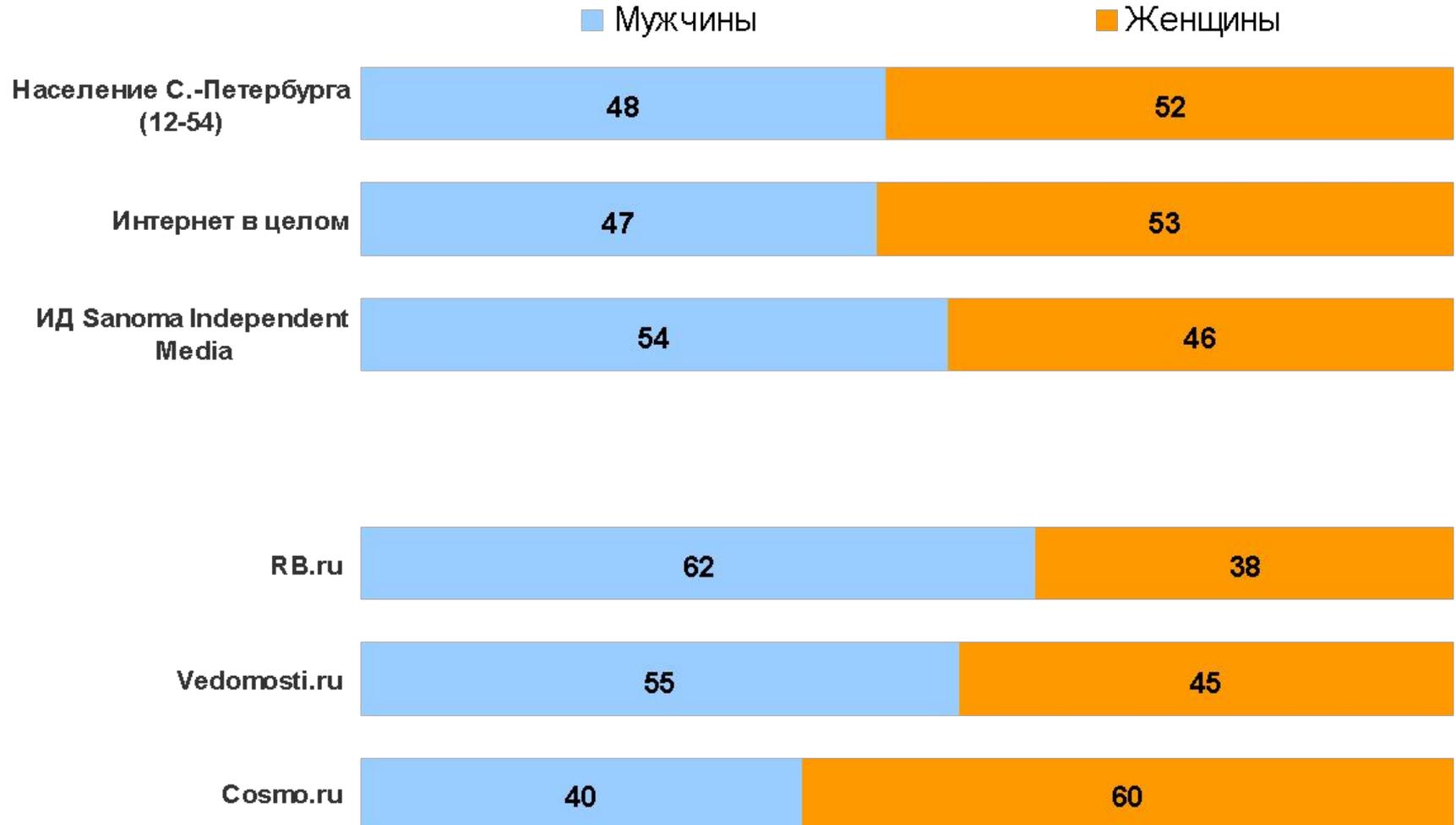
Структура проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол (Москва, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле мужчин)



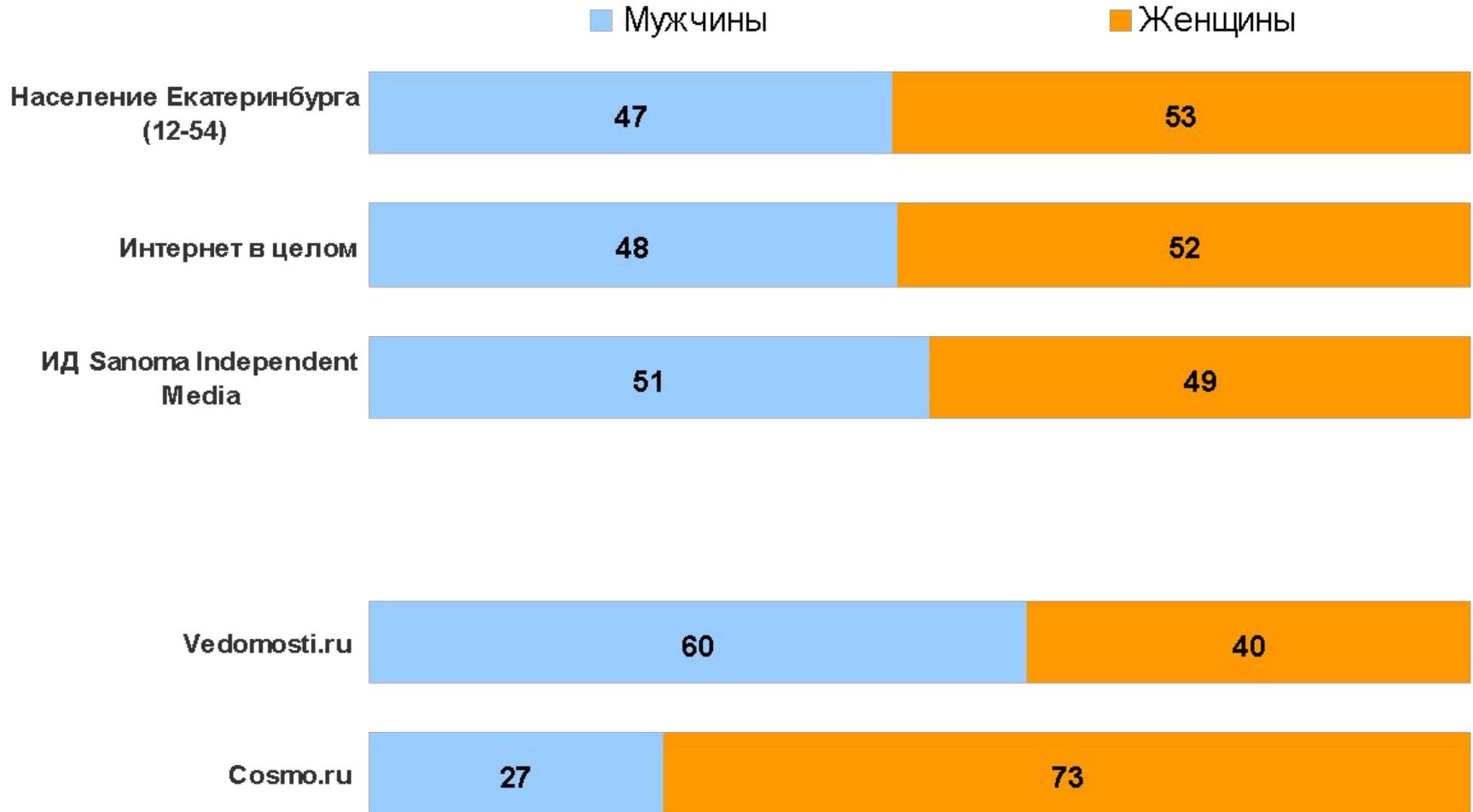
Структура проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол (С.-Петербург, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле мужчин)



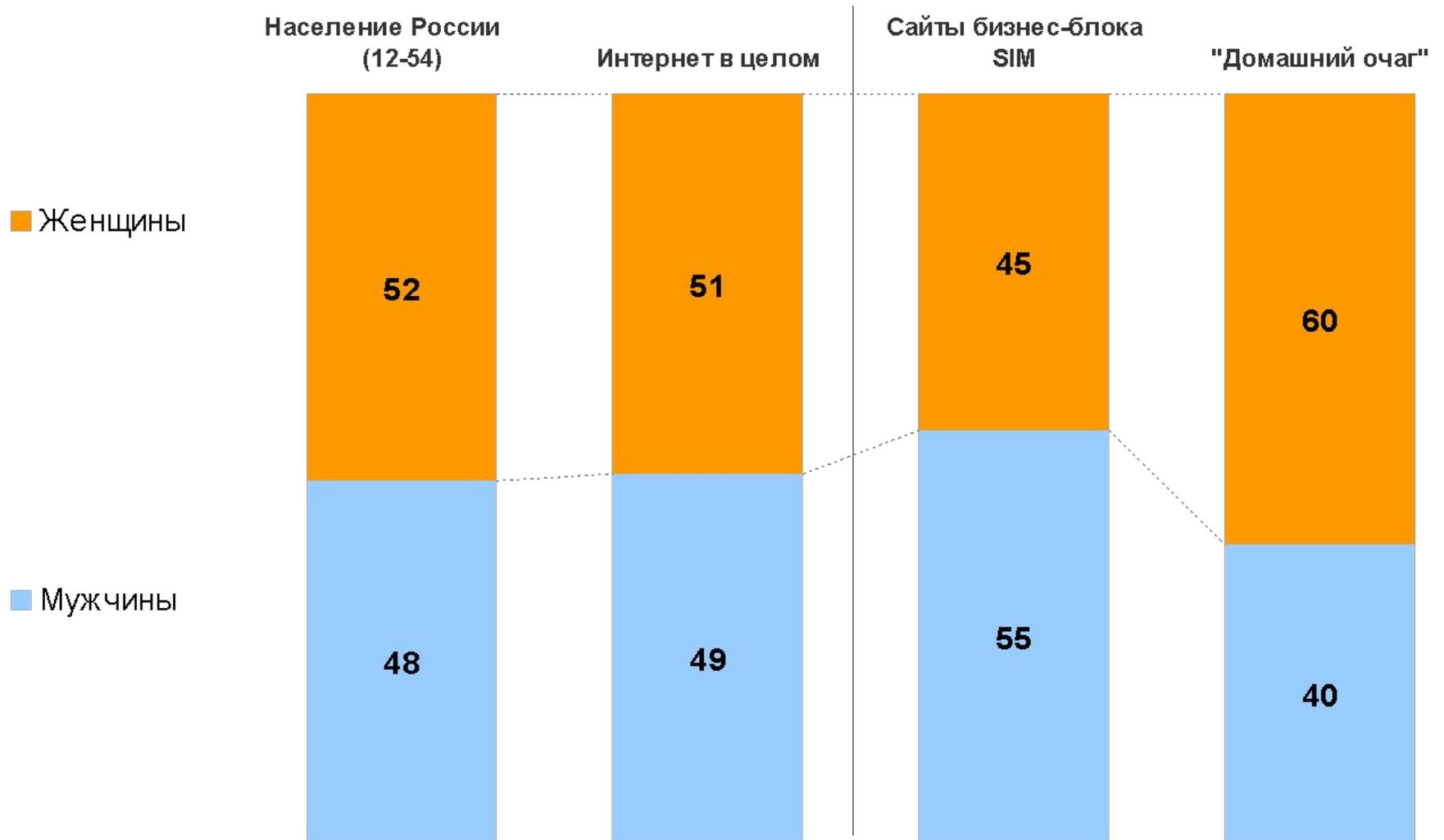
Структура проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол (Екатеринбург, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле мужчин)



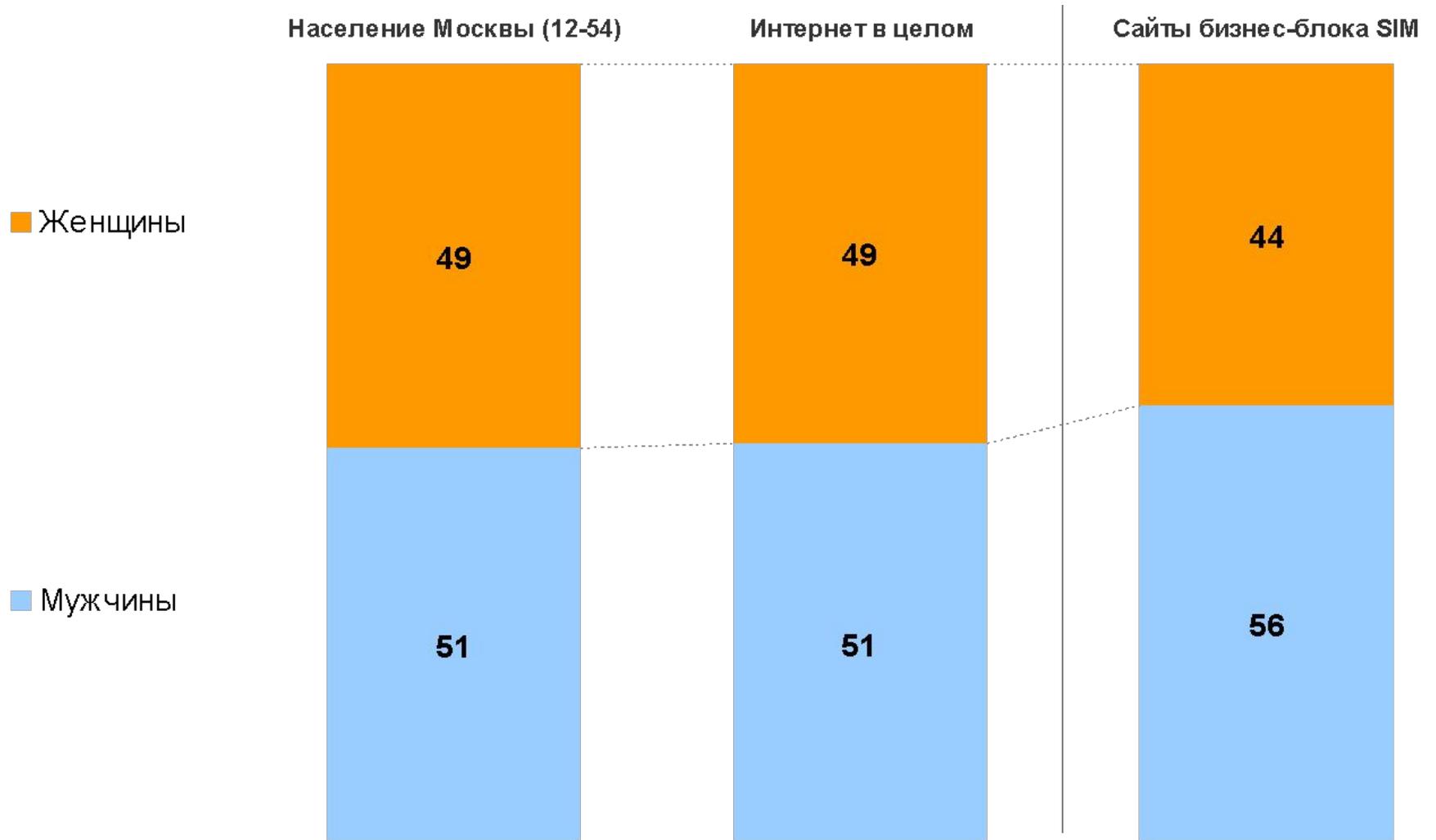
Структура синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол (Россия 100 000+, Август 2011, % от Monthly Reach)



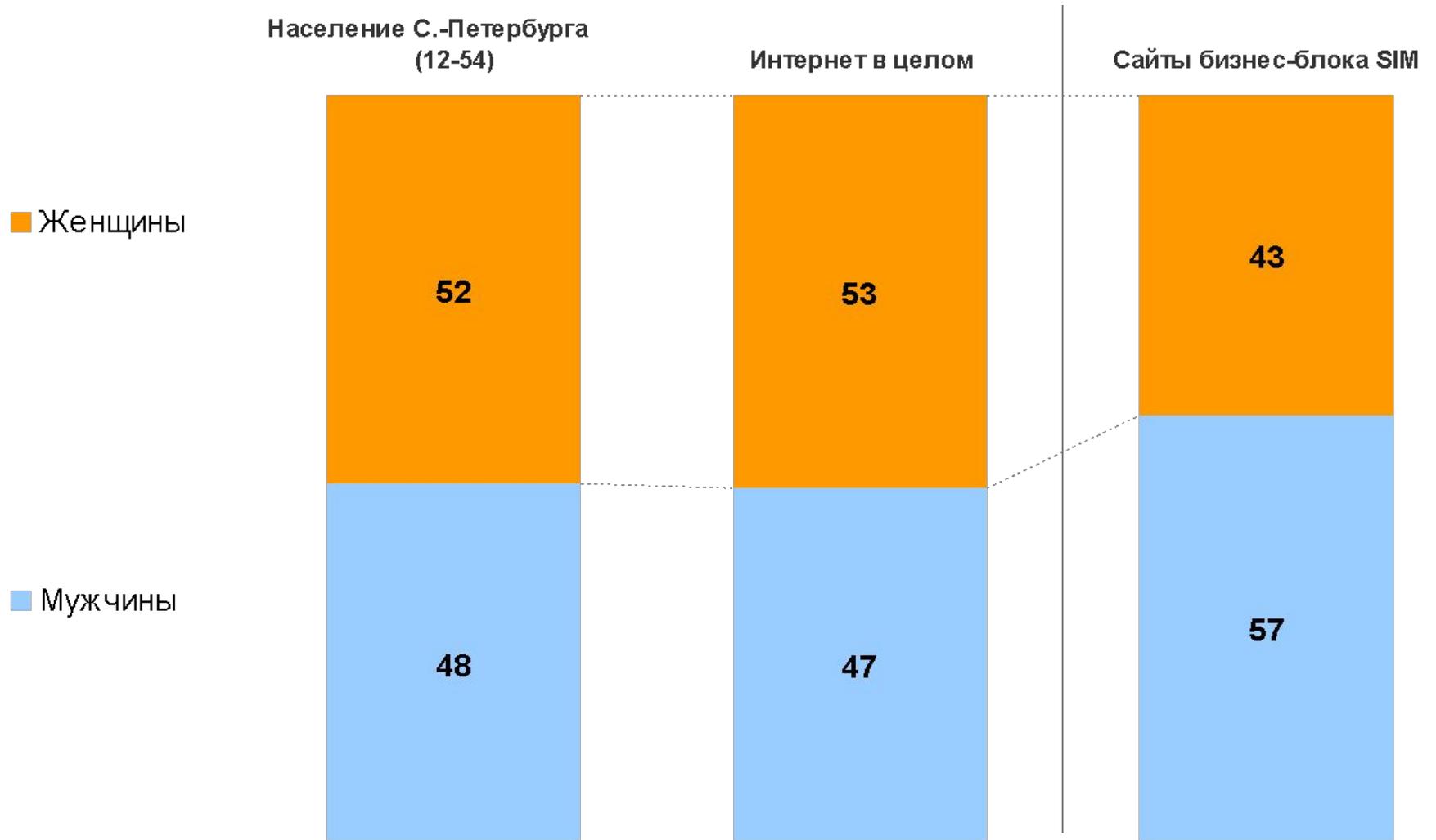
Структура синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол (Москва, Август 2011, % от Monthly Reach)



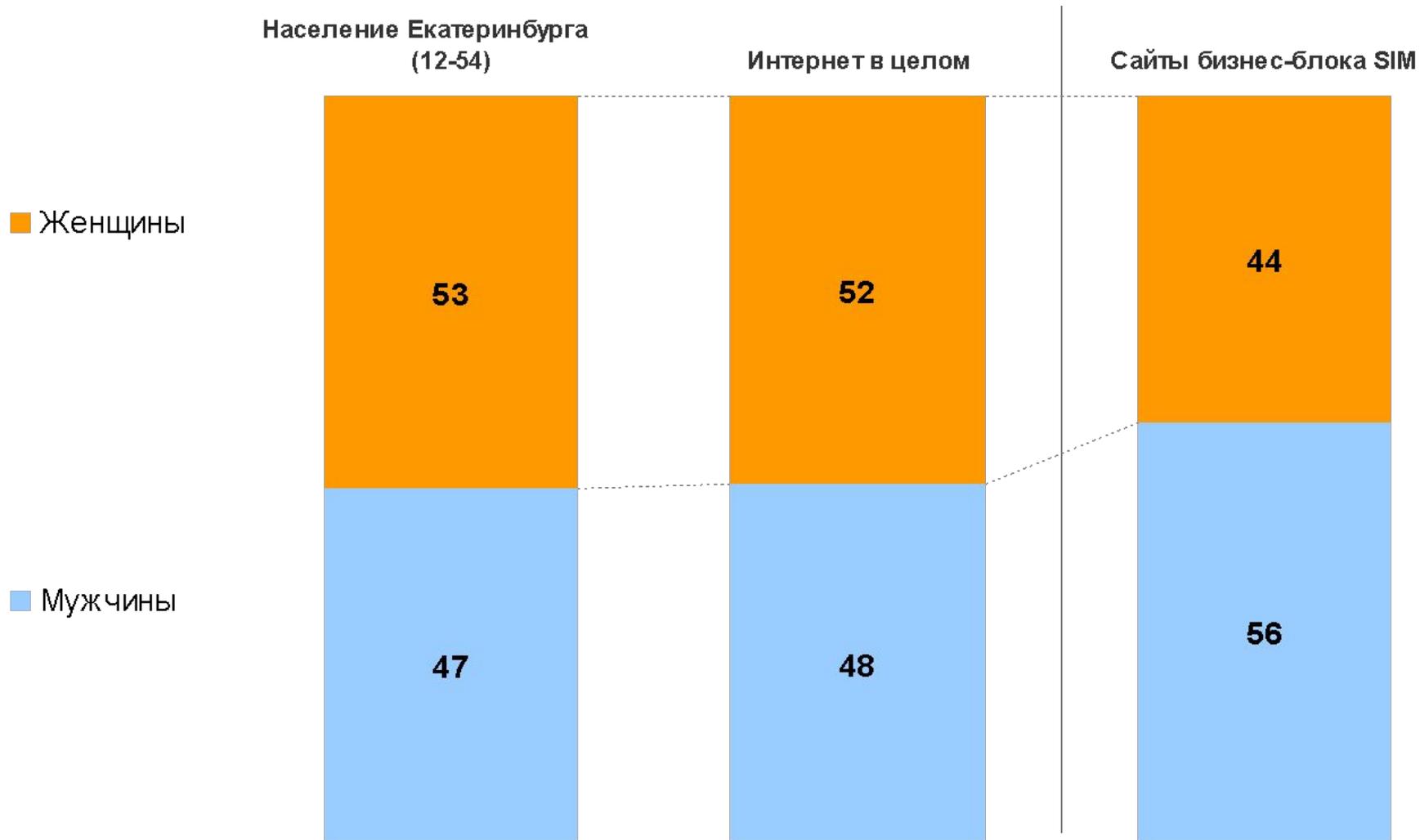
Структура синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол (С.-Петербург, Август 2011, % от Monthly Reach)



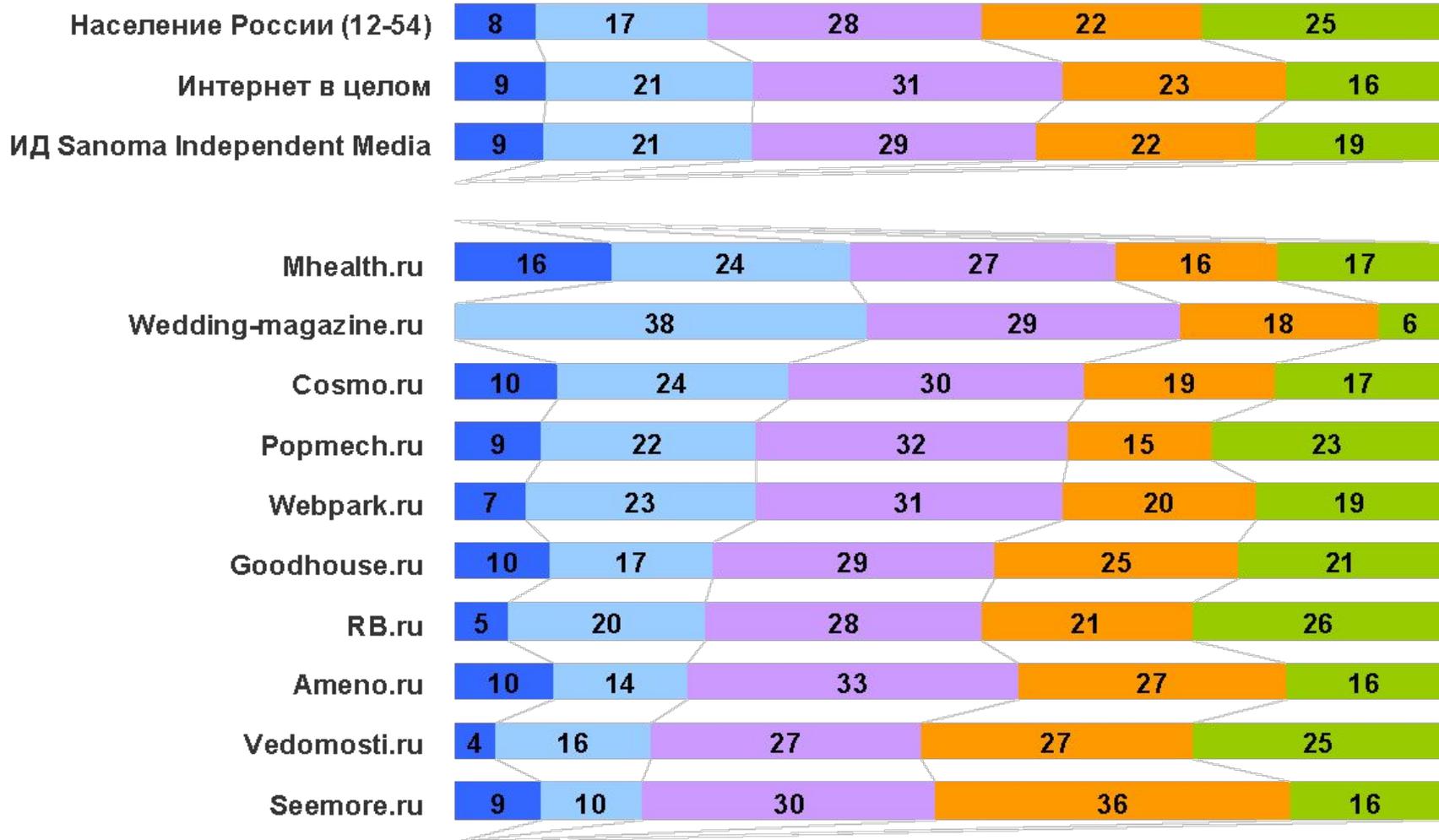
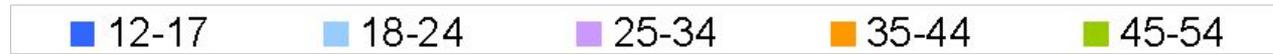
Структура синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол (Екатеринбург, Август 2011, % от Monthly Reach)



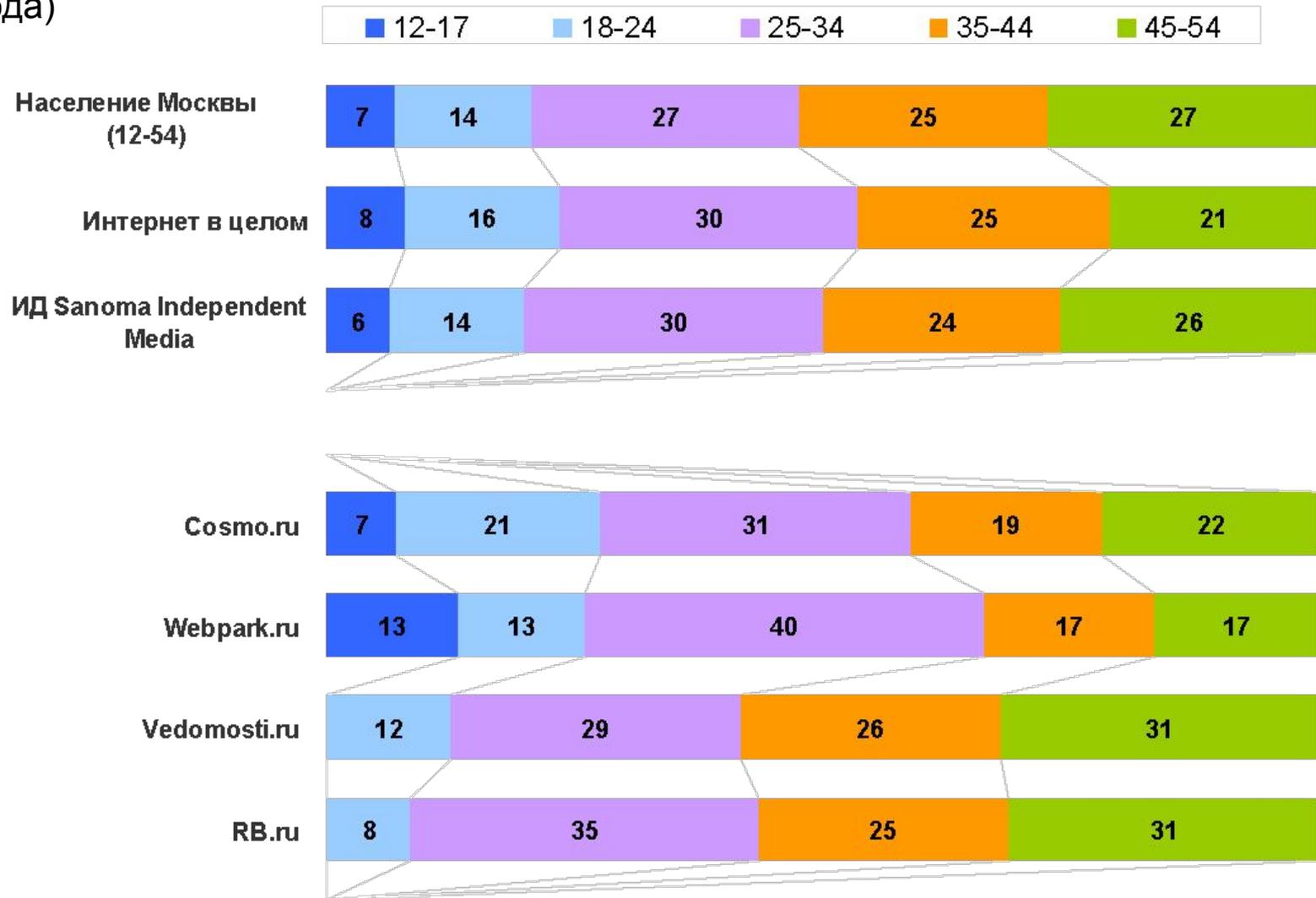
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Возраст (Россия 100 000+, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле аудитории 12-24 года)



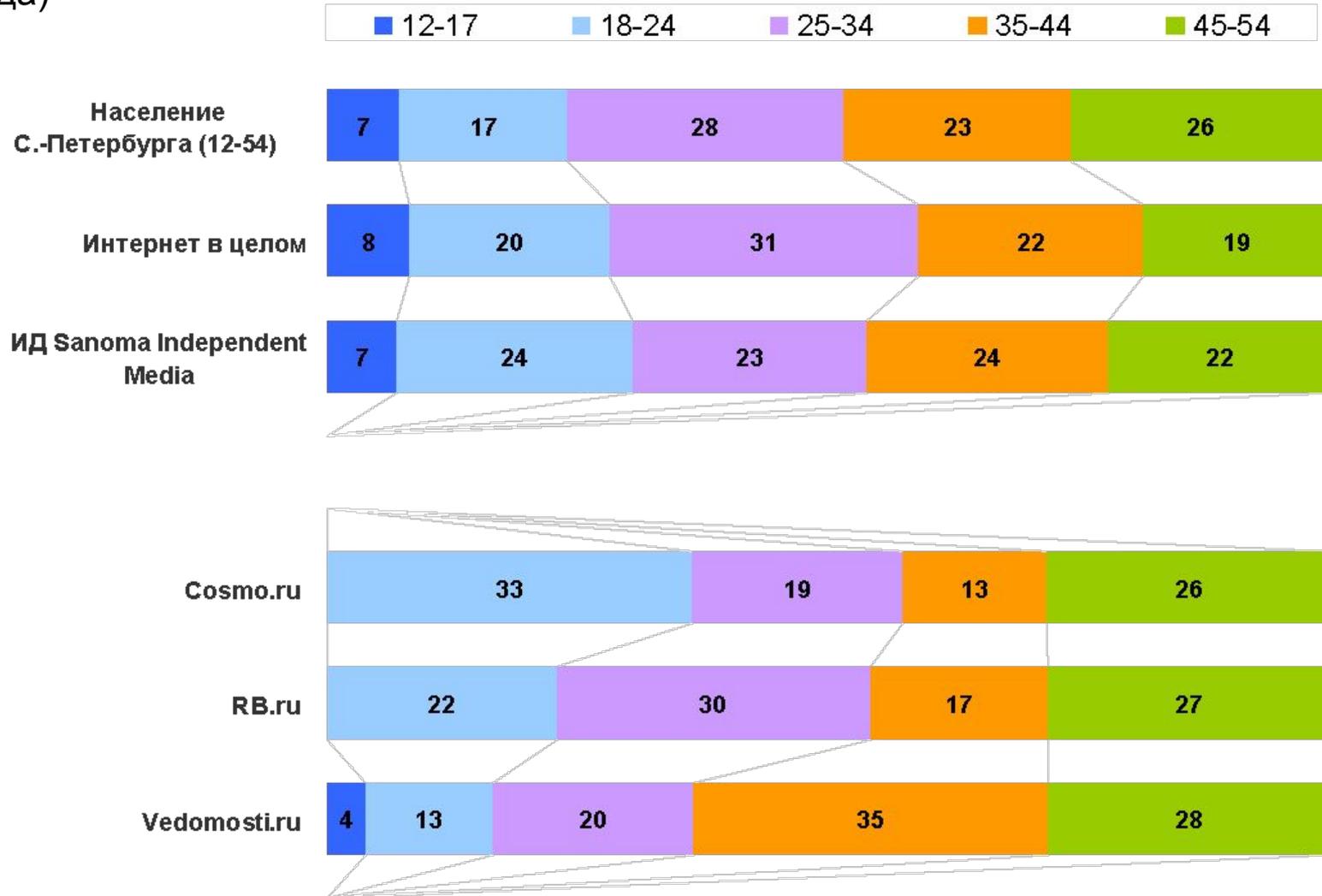
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Возраст (Москва, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле аудитории 12-24 года)



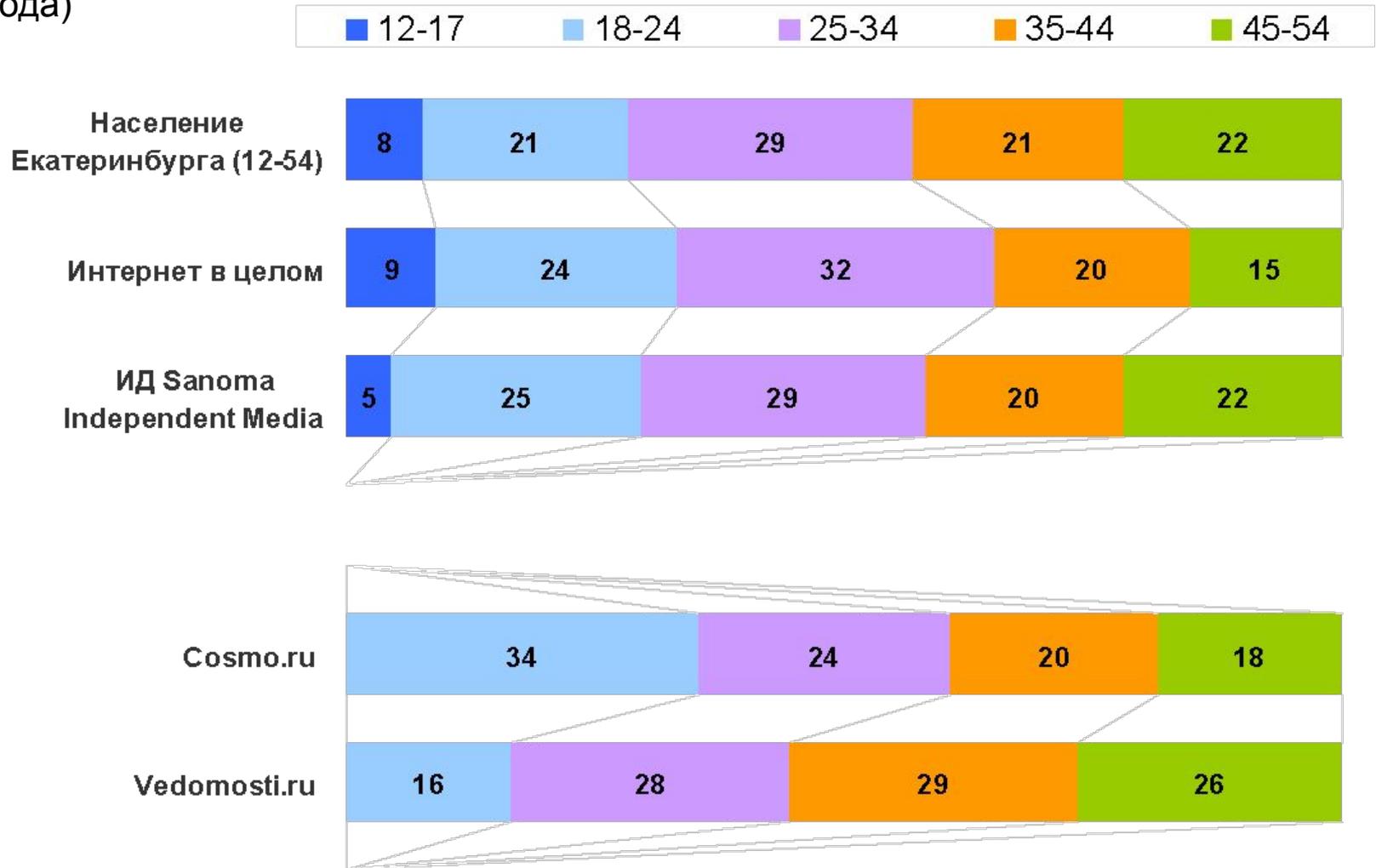
Отсутствие данных по какой-либо демо-группе означает, что значение показателя не является статистически значимым, но не означает, что эта группа полностью отсутствует в аудитории.

Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %. Возраст (С.-Петербург, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле аудитории 12-24 года)



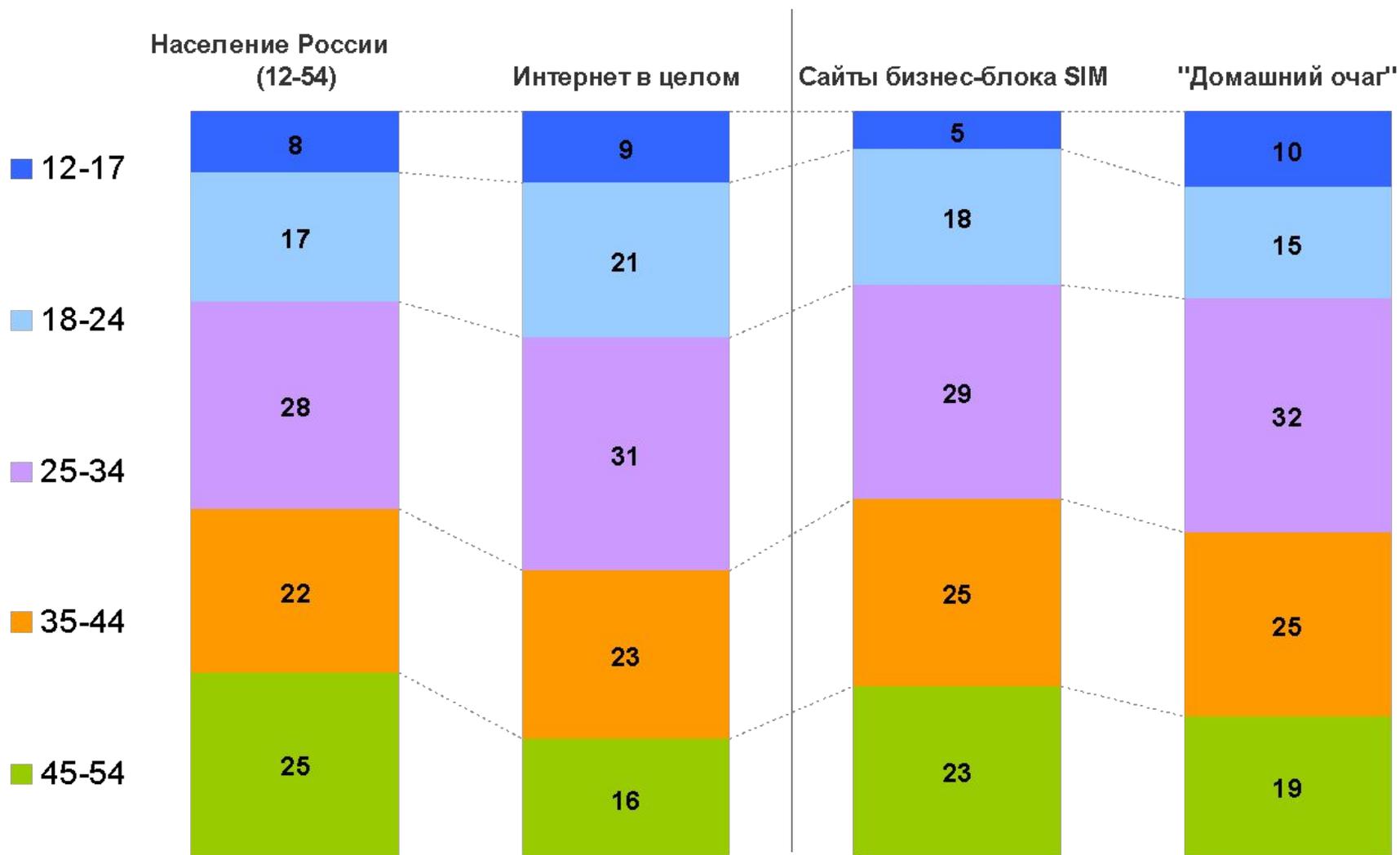
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Возраст (Екатеринбург, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле аудитории 12-24 года)



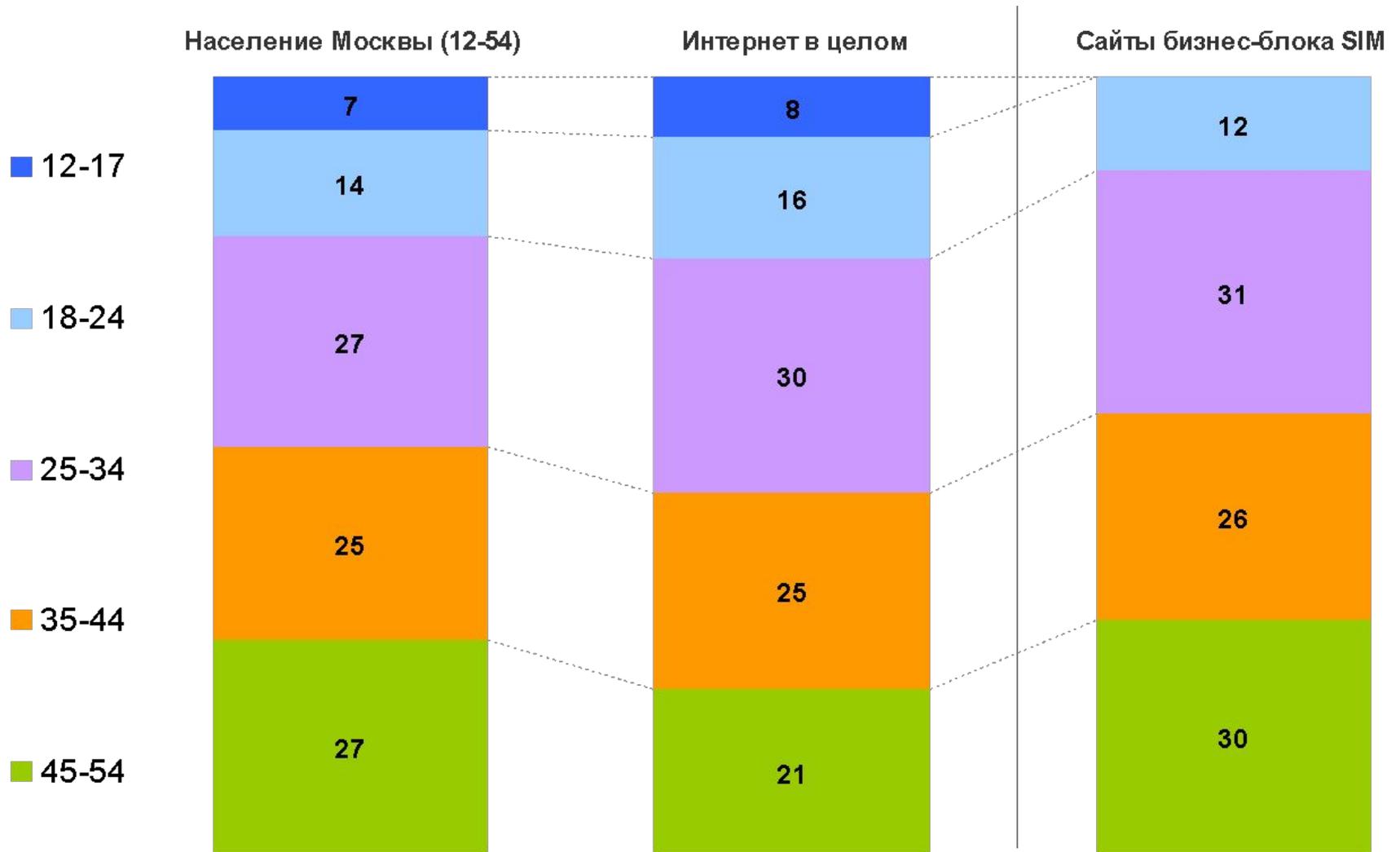
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Возраст (Россия 100 000+, Август 2011, % от Monthly Reach)



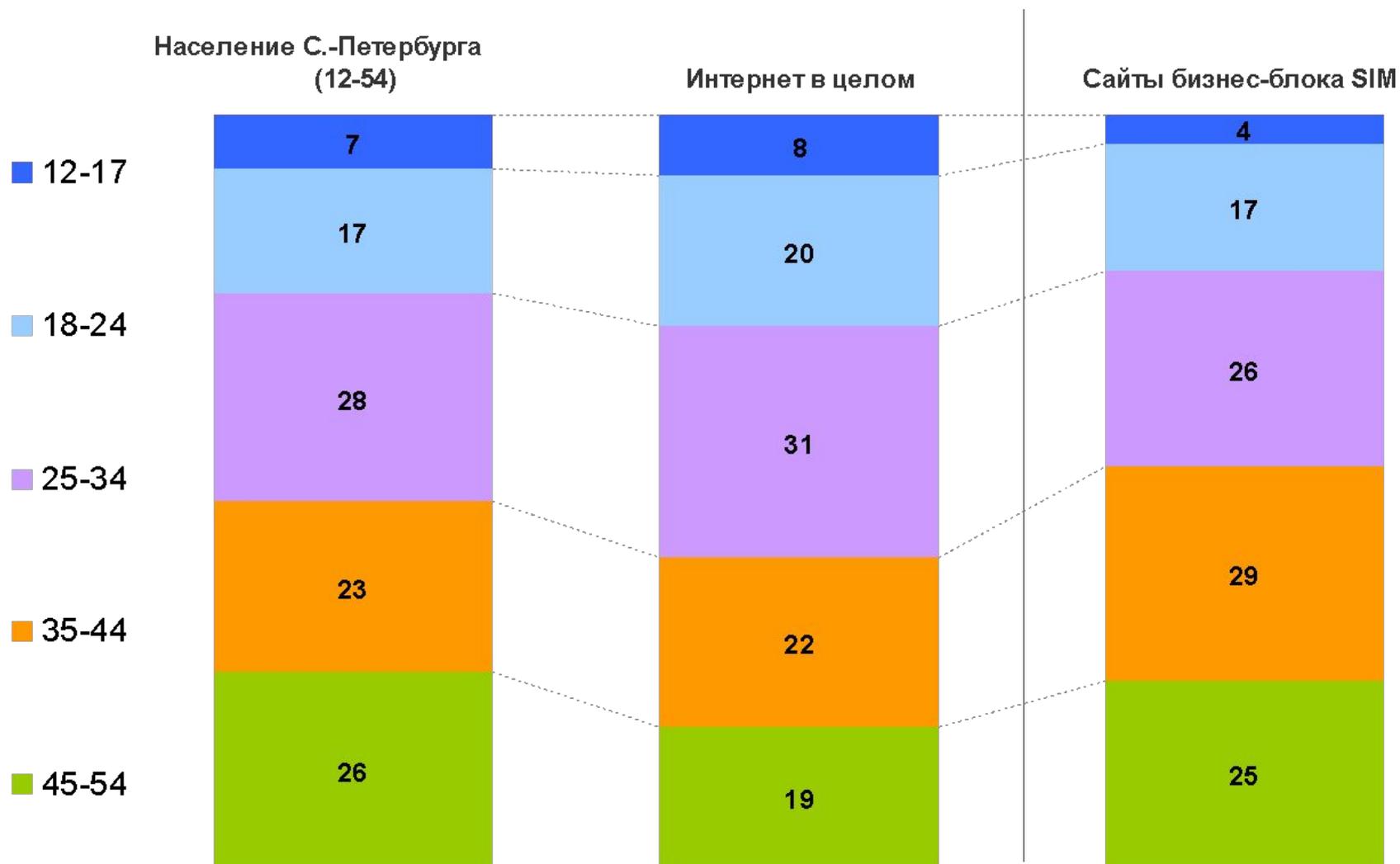
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Возраст (Москва, Август 2011, % от Monthly Reach)



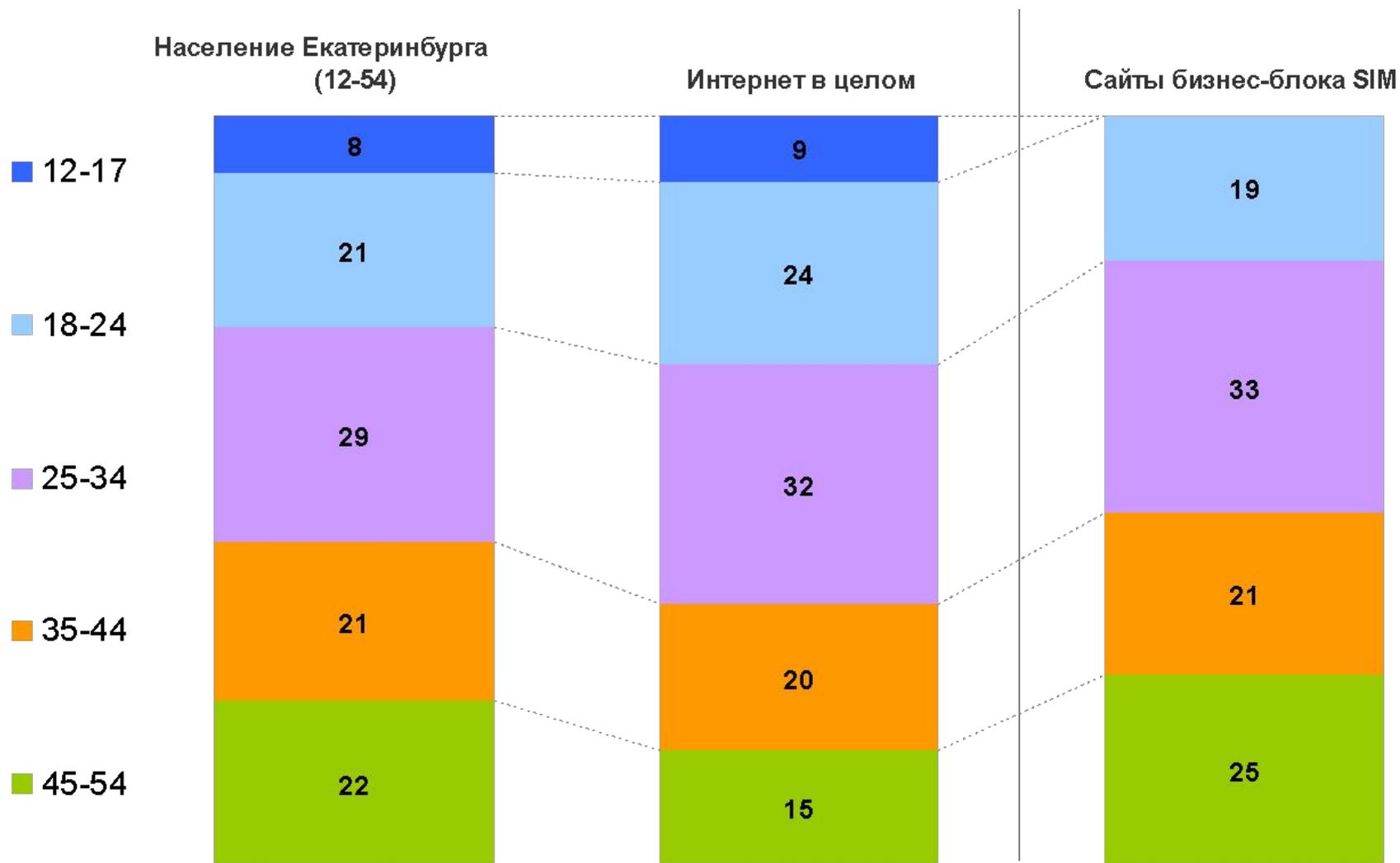
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Возраст (С.-Петербург, Август 2011, % от Monthly Reach)



Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

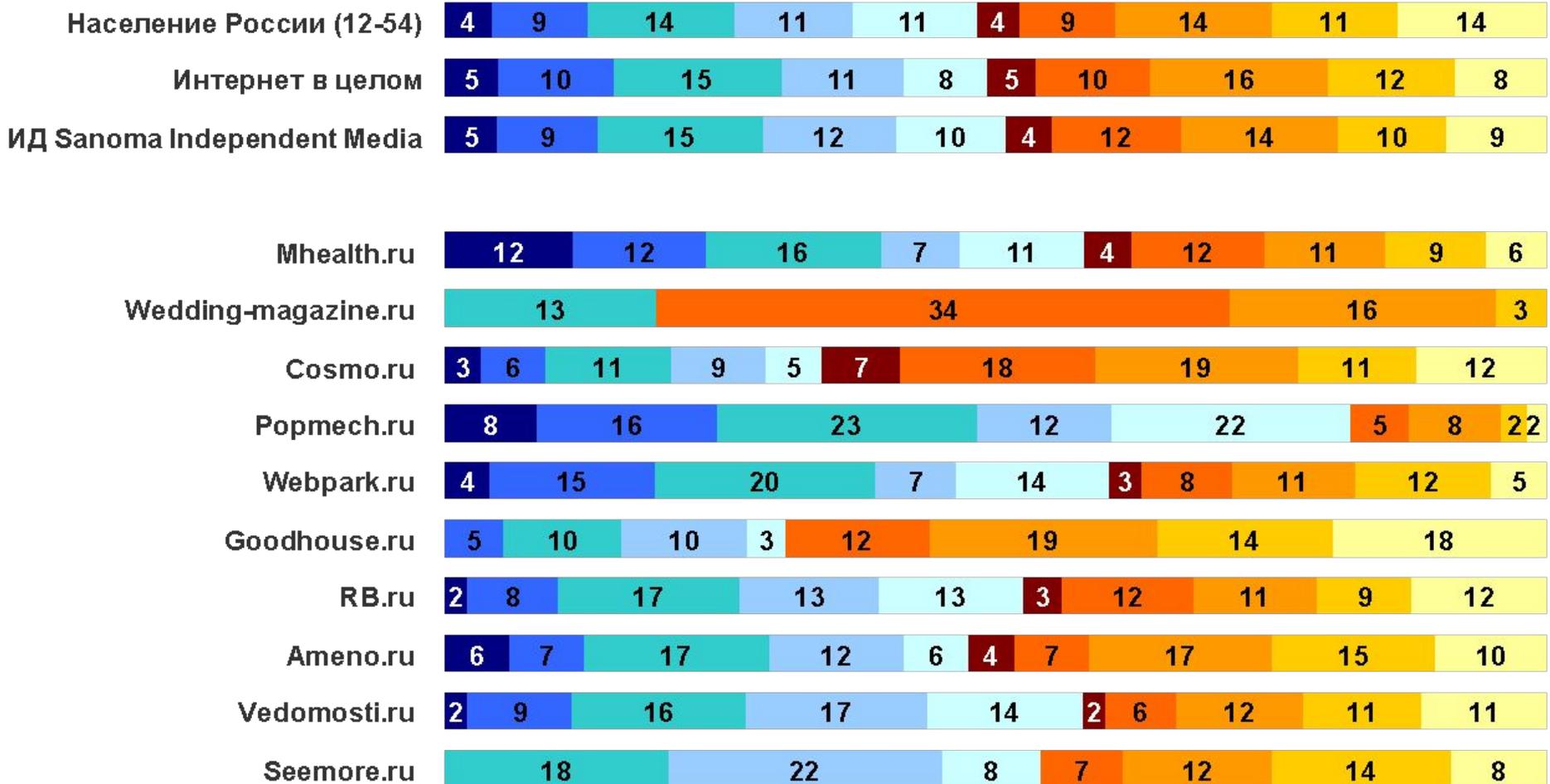
Возраст (Екатеринбург, Август 2011, % от Monthly Reach)



Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол / Возраст (Россия 100 000+, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле аудитории 12-24 года)

■ M12-17 ■ M18-24 ■ M25-34 ■ M35-44 ■ M45-54 ■ W12-17 ■ W18-24 ■ W25-34 ■ W35-44 ■ W45-54

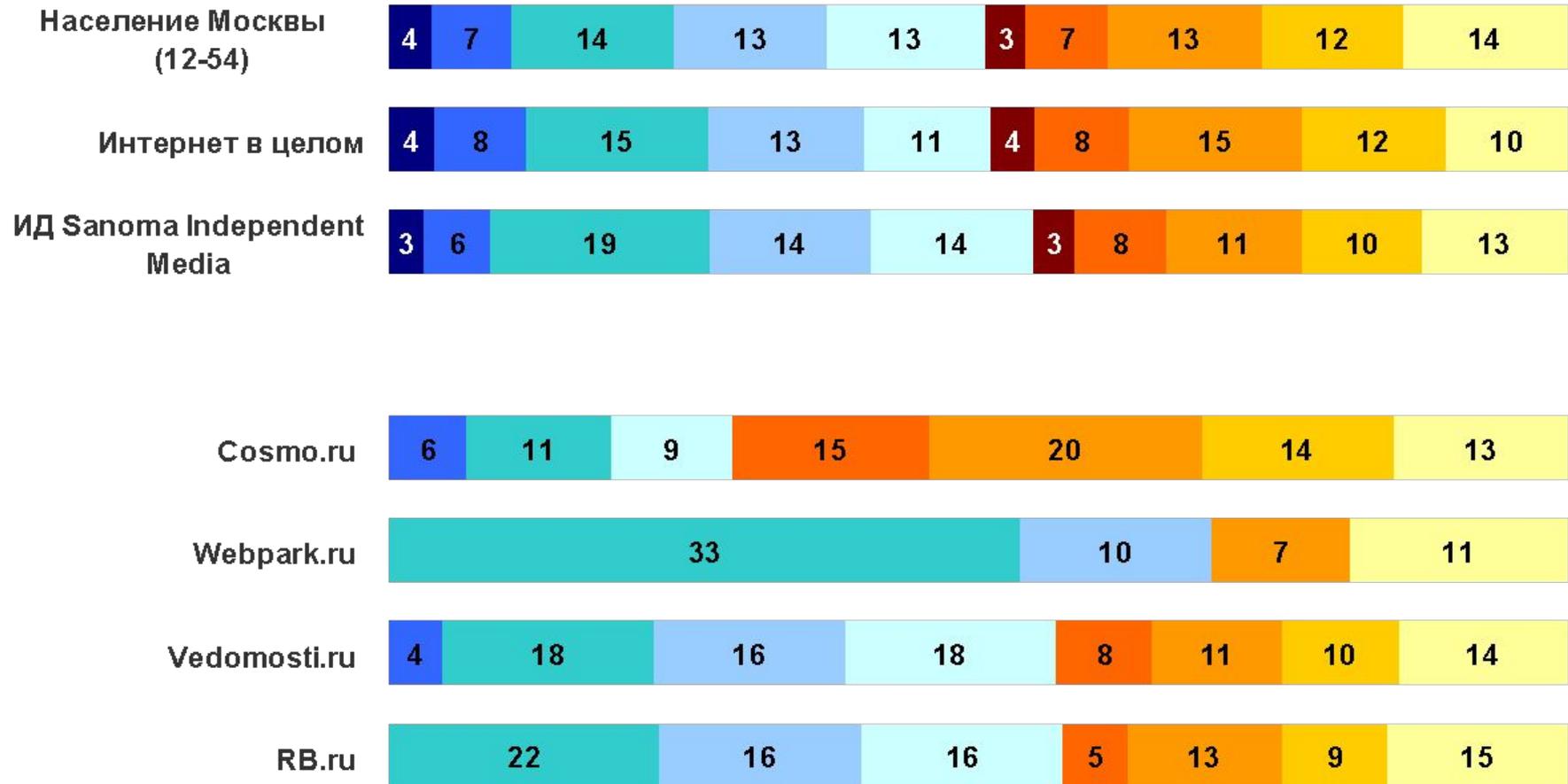


Отсутствие данных по какой-либо демо-группе означает, что значение показателя не является статистически значимым, но не означает, что эта группа полностью отсутствует в аудитории.

Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол / Возраст (Москва, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле аудитории 12-24 года)

■ M12-17 ■ M18-24 ■ M25-34 ■ M35-44 ■ M45-54 ■ W12-17 ■ W18-24 ■ W25-34 ■ W35-44 ■ W45-54

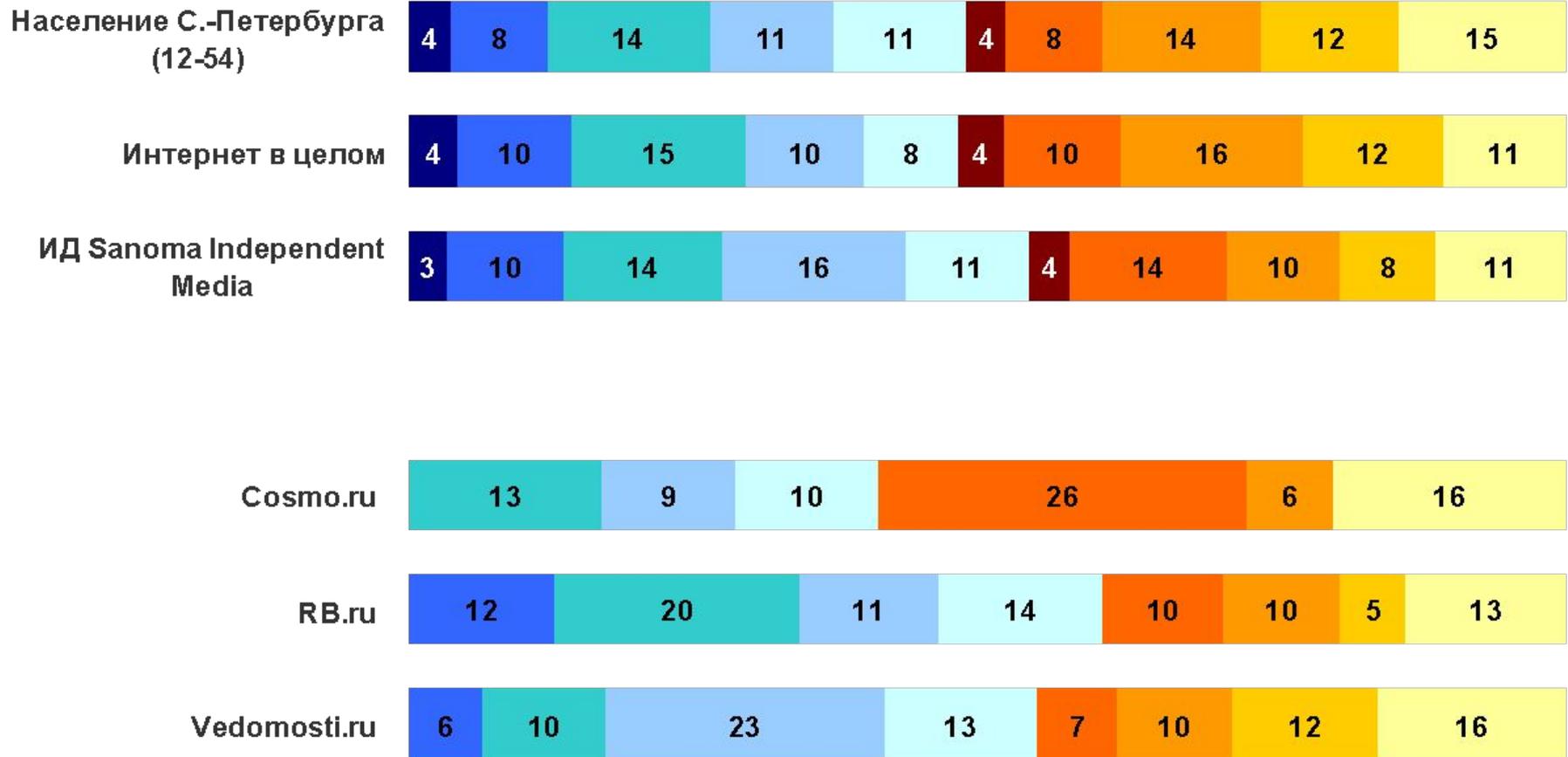


Отсутствие данных по какой-либо демо-группе означает, что значение показателя не является статистически значимым, но не означает, что эта группа полностью отсутствует в аудитории.

Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол / Возраст (С.-Петербург, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле аудитории 12-24 года)

■ M12-17 ■ M18-24 ■ M25-34 ■ M35-44 ■ M45-54 ■ W12-17 ■ W18-24 ■ W25-34 ■ W35-44 ■ W45-54

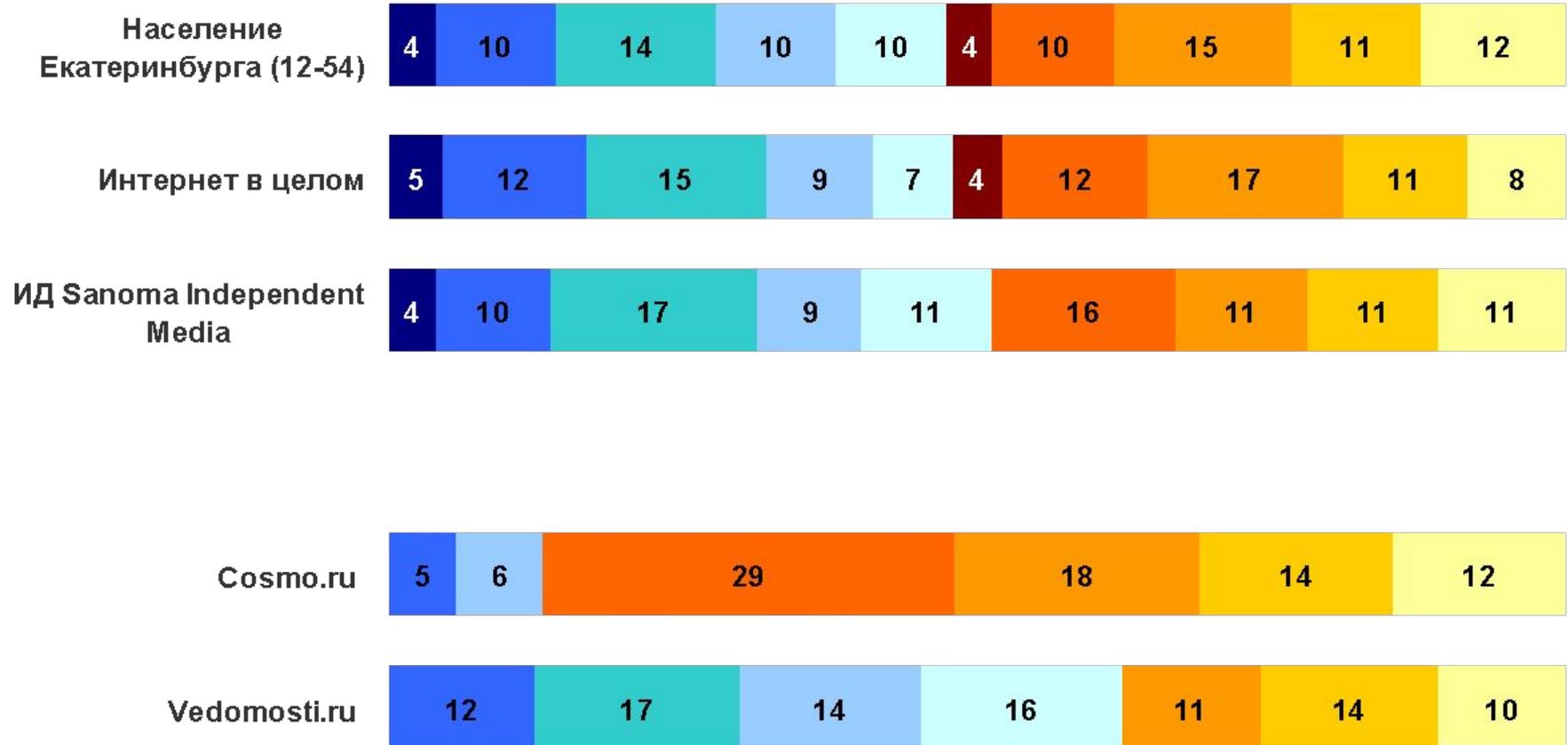


Отсутствие данных по какой-либо демо-группе означает, что значение показателя не является статистически значимым, но не означает, что эта группа полностью отсутствует в аудитории.

Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

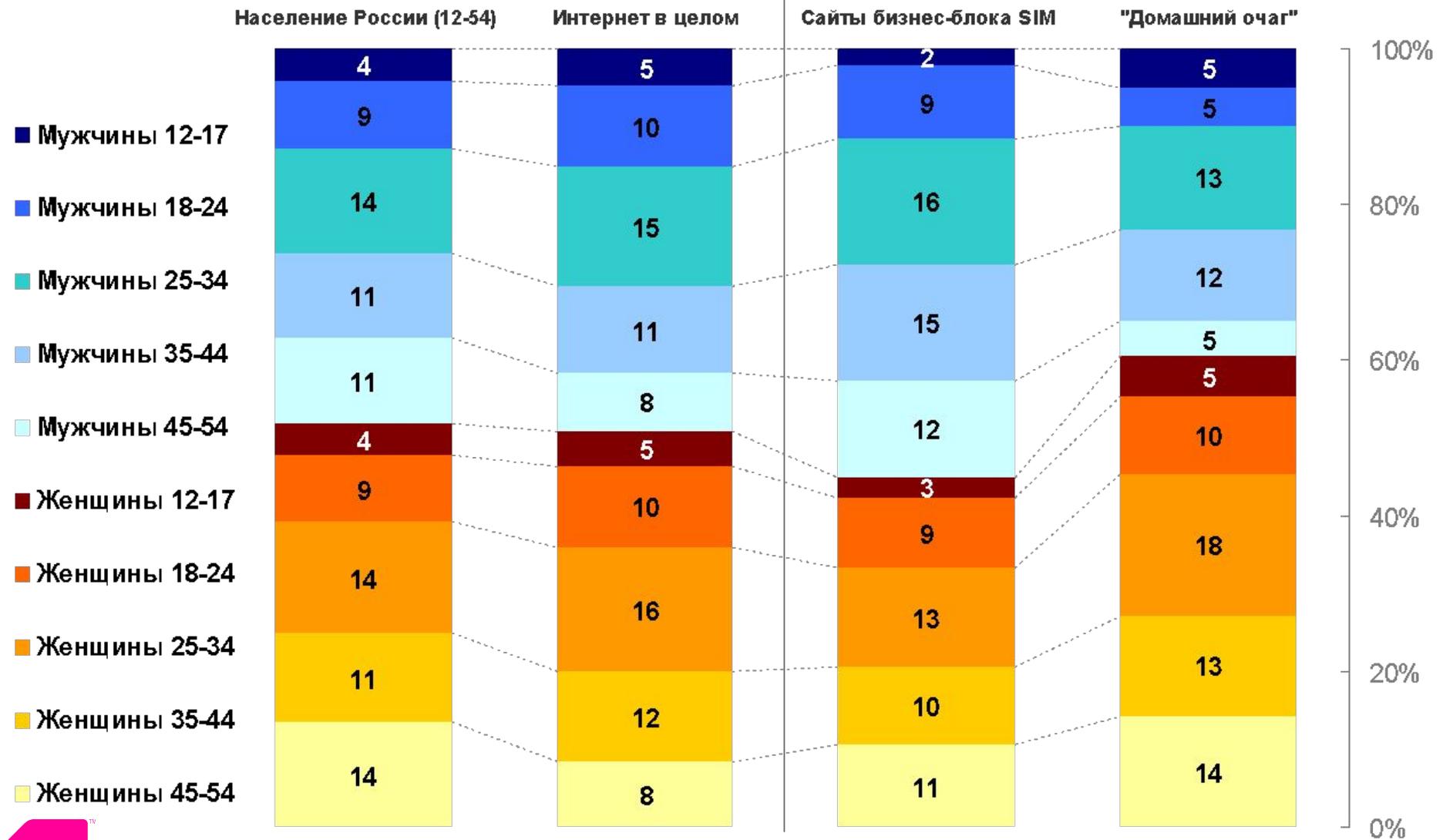
Пол / Возраст (Екатеринбург, Август 2011, % от Monthly Reach; сортировка по доле аудитории 12-24 года)

■ M12-17 ■ M18-24 ■ M25-34 ■ M35-44 ■ M45-54 ■ W12-17 ■ W18-24 ■ W25-34 ■ W35-44 ■ W45-54



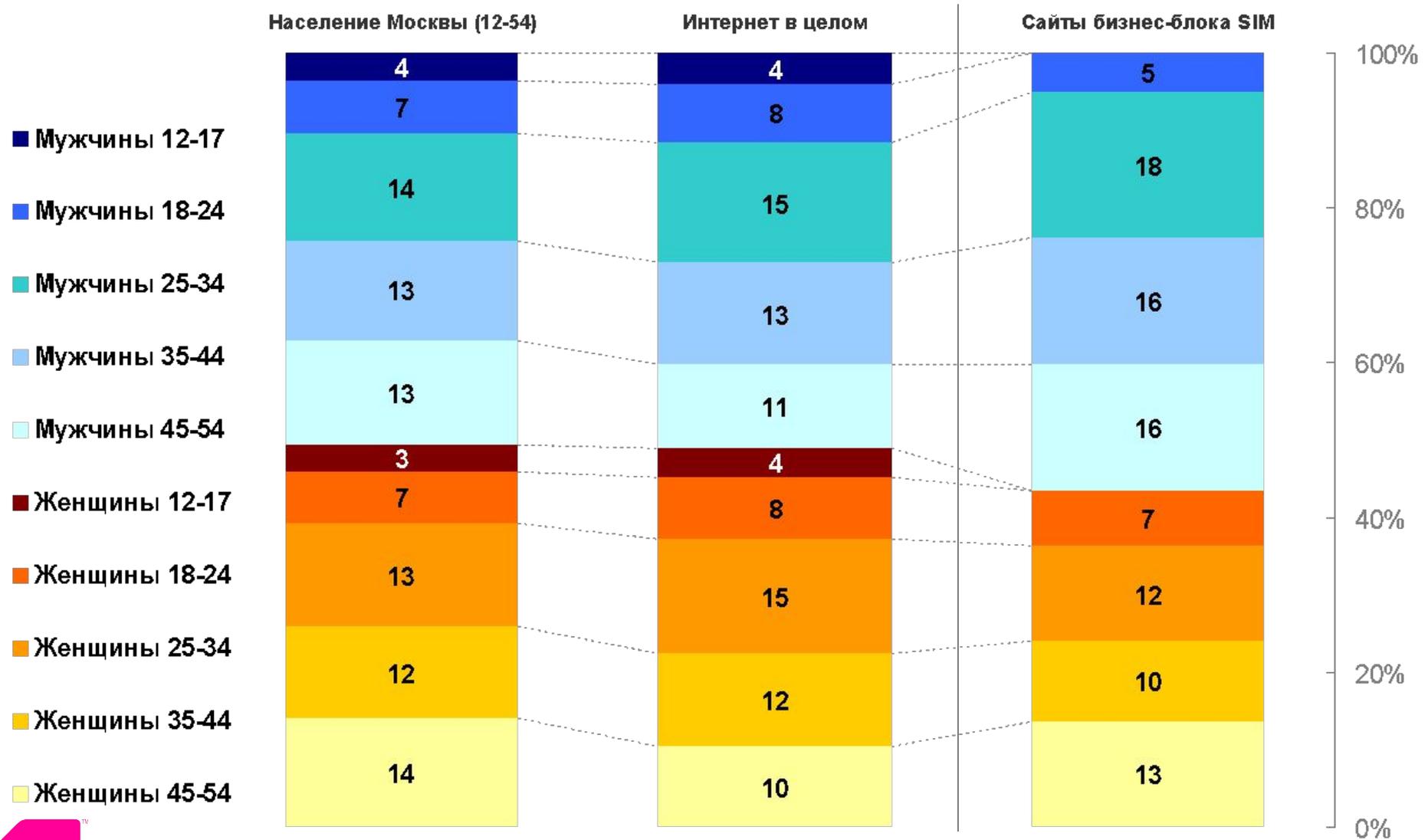
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол / Возраст (Россия 100 000+, Август 2011, % от Monthly Reach)



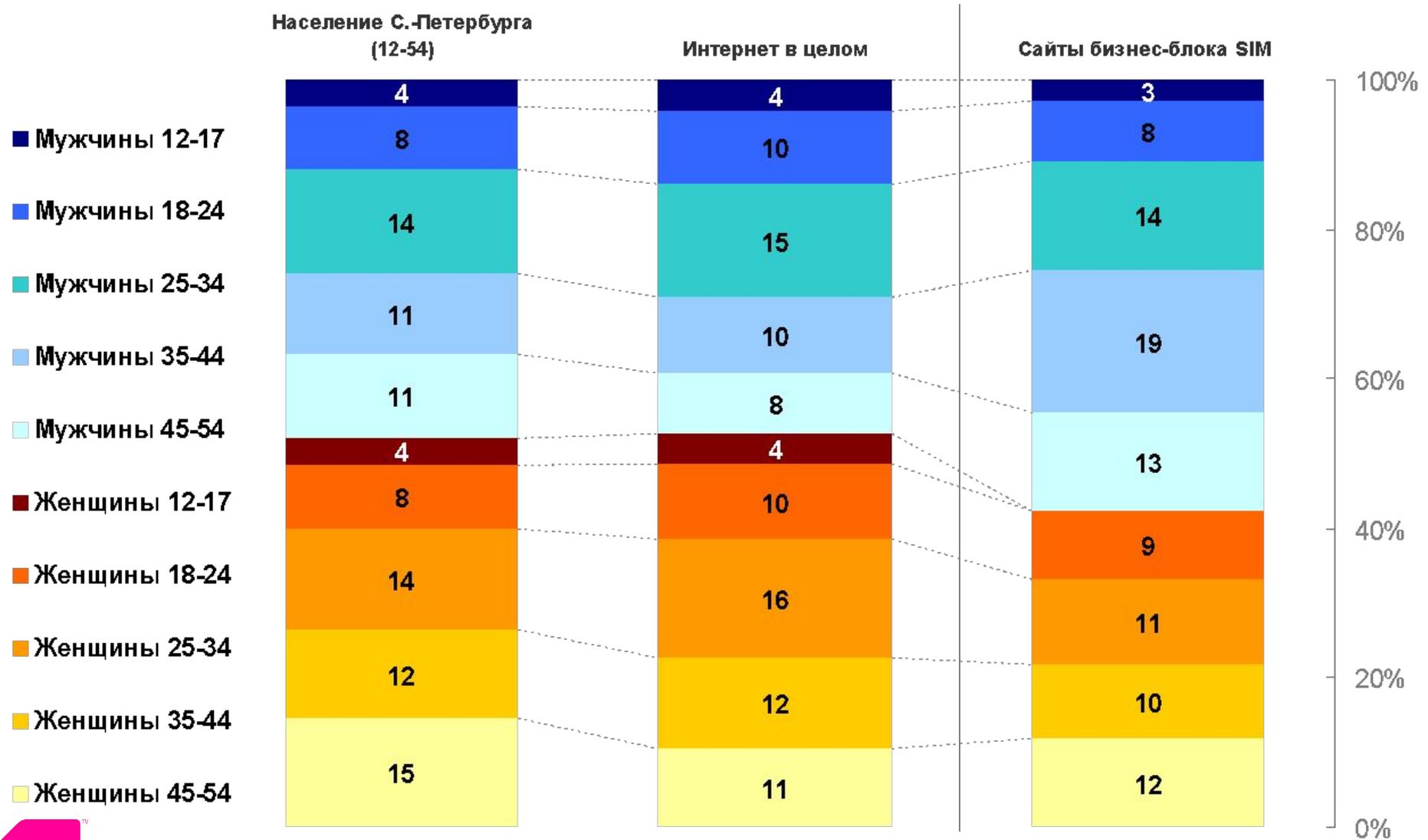
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол / Возраст (Москва, Август 2011, % от Monthly Reach)



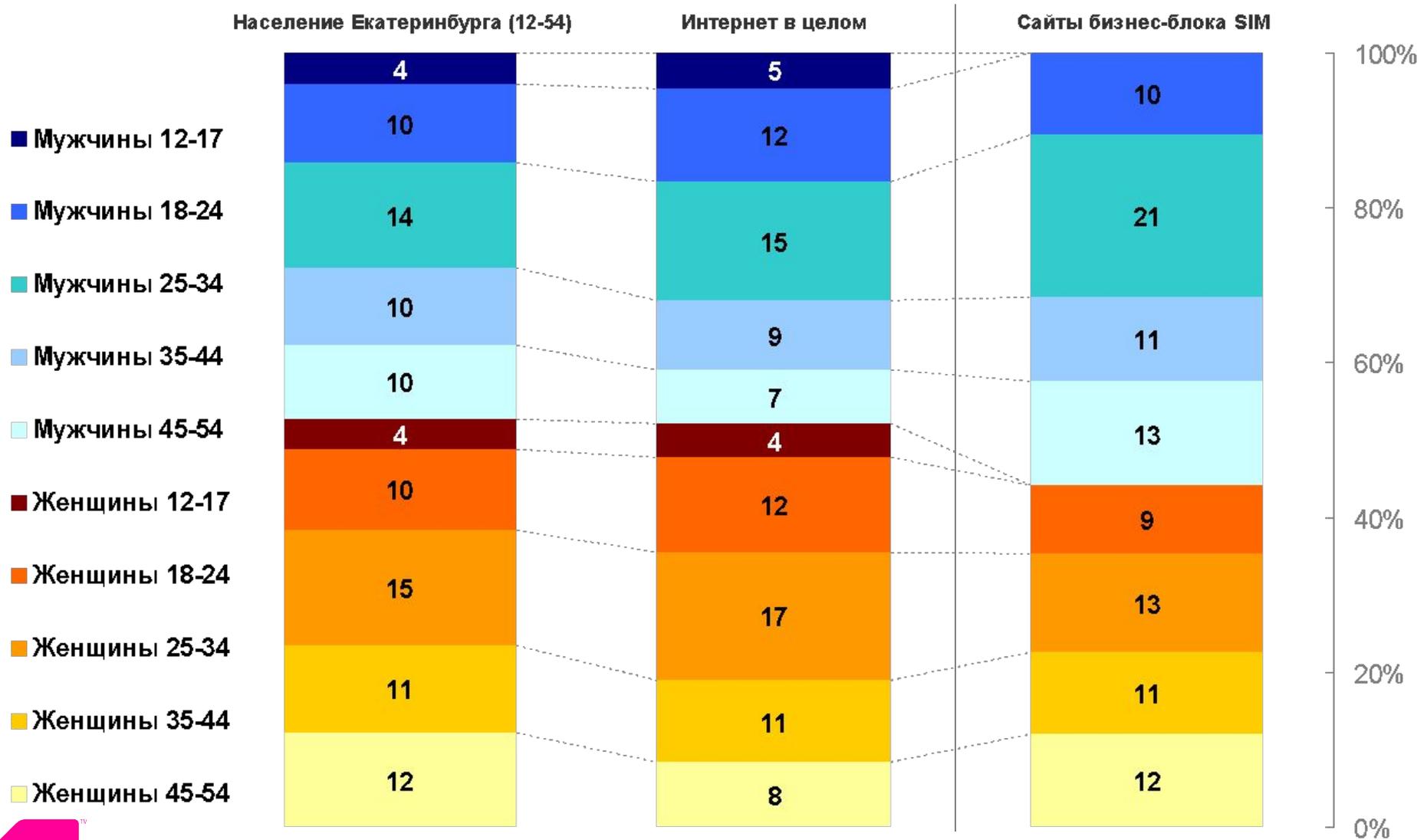
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол / Возраст (С.-Петербург, Август 2011, % от Monthly Reach)



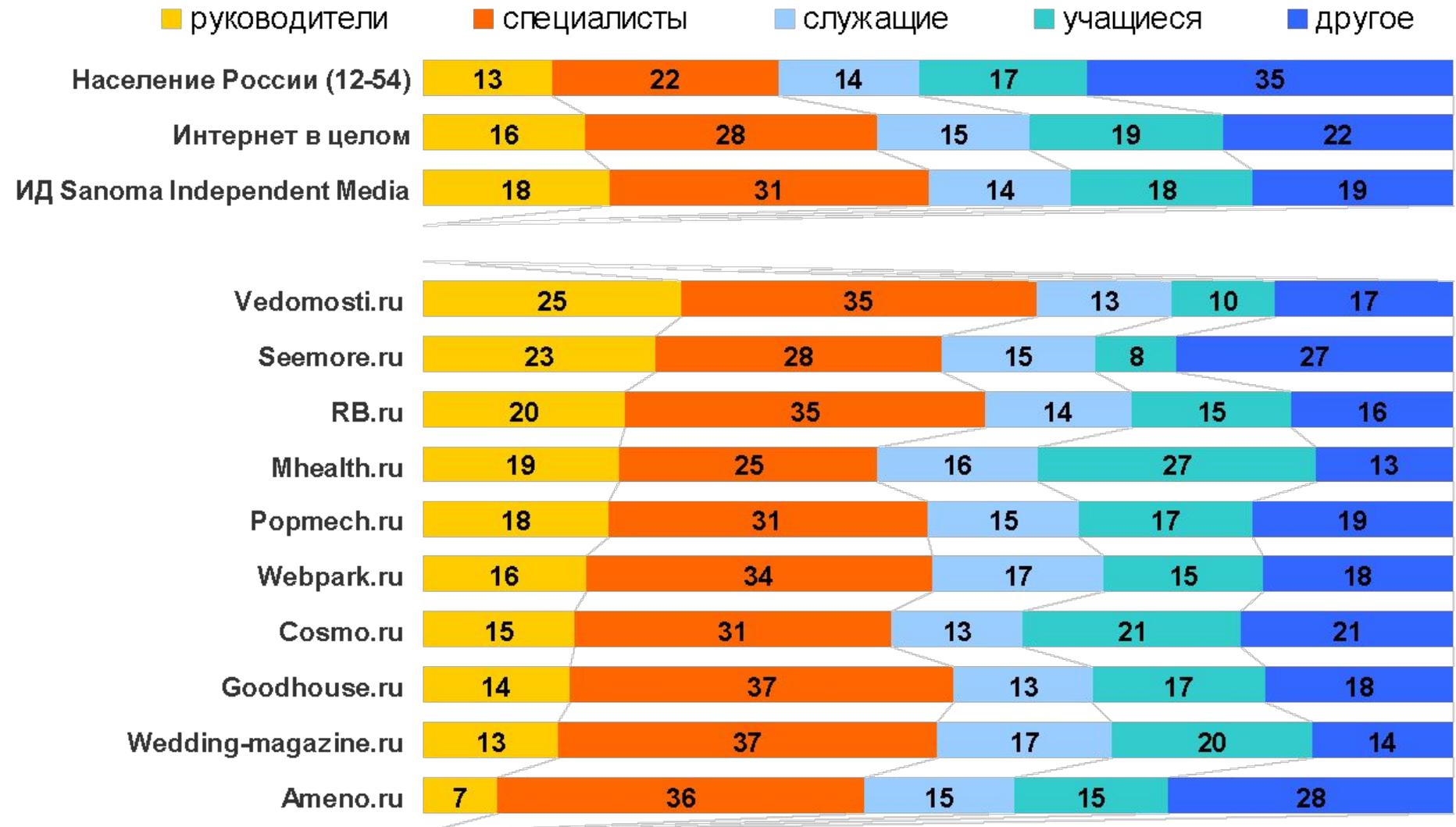
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Пол / Возраст (Екатеринбург, Август 2011, % от Monthly Reach)



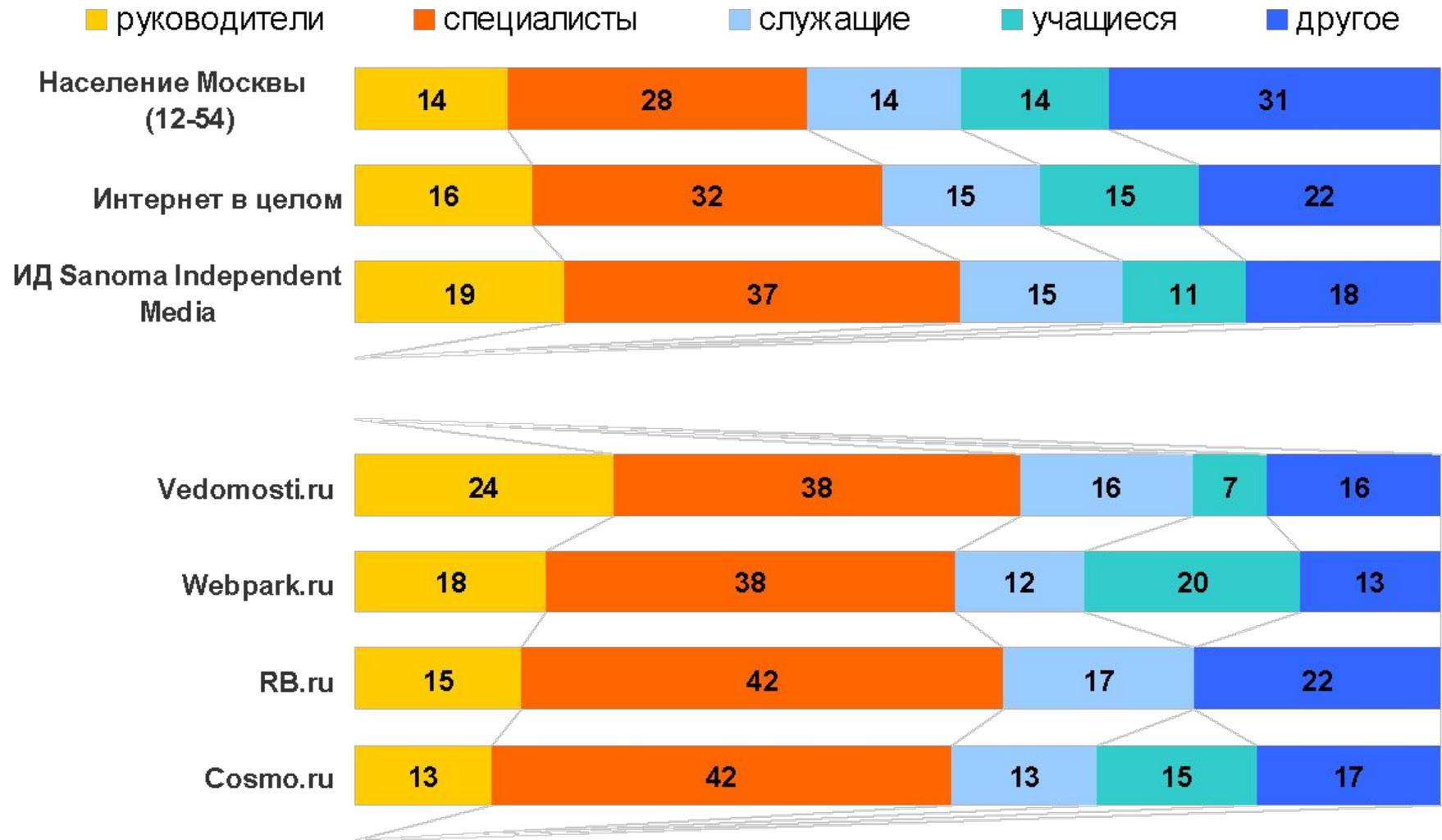
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Род занятий (Россия 100 000+, Август 2011, % от Monthly Reach; % от ответивших; сортировка по доле руководителей)



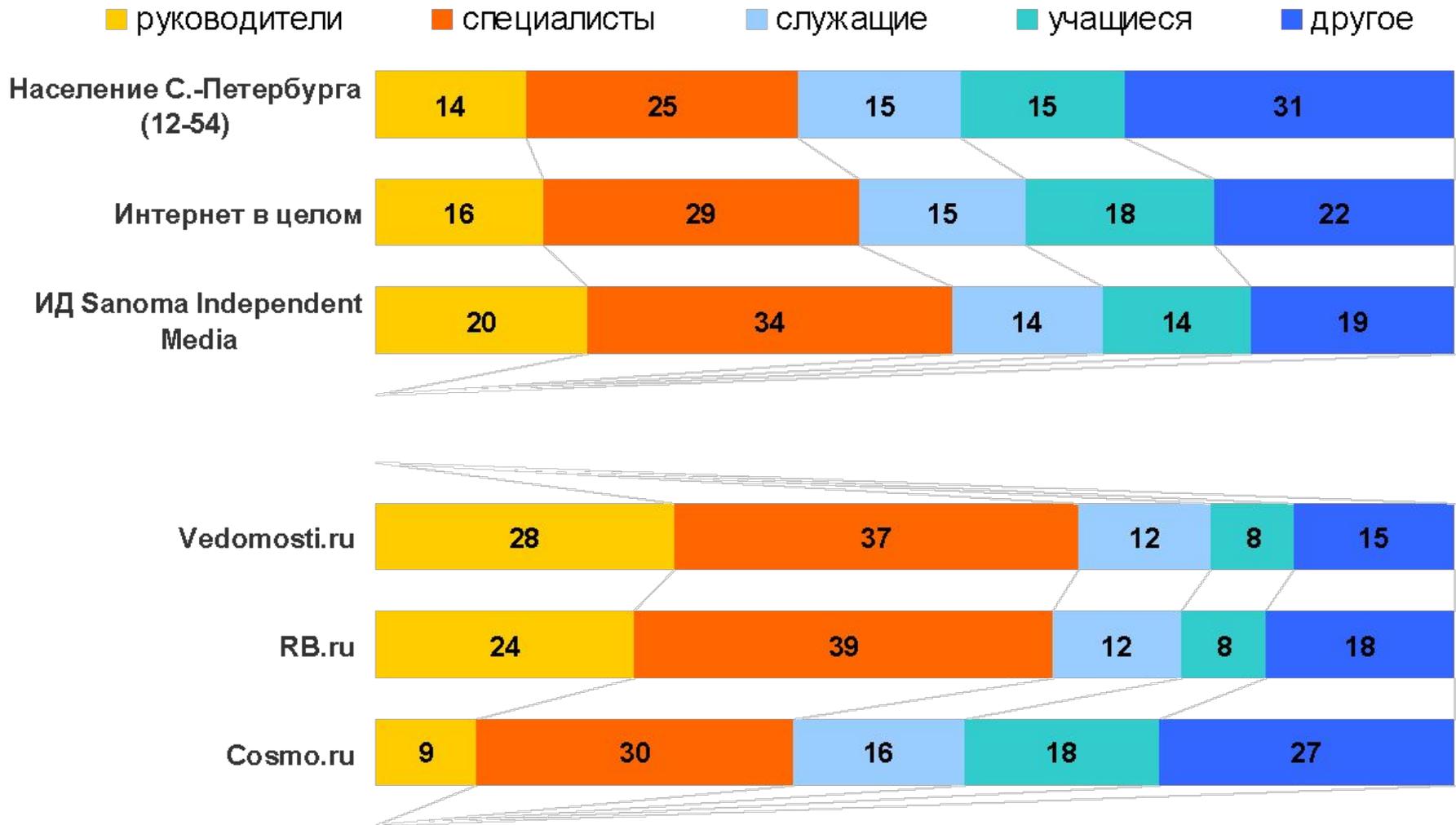
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Род занятий (Москва, Август 2011, % от Monthly Reach; % от ответивших; сортировка по доле руководителей)



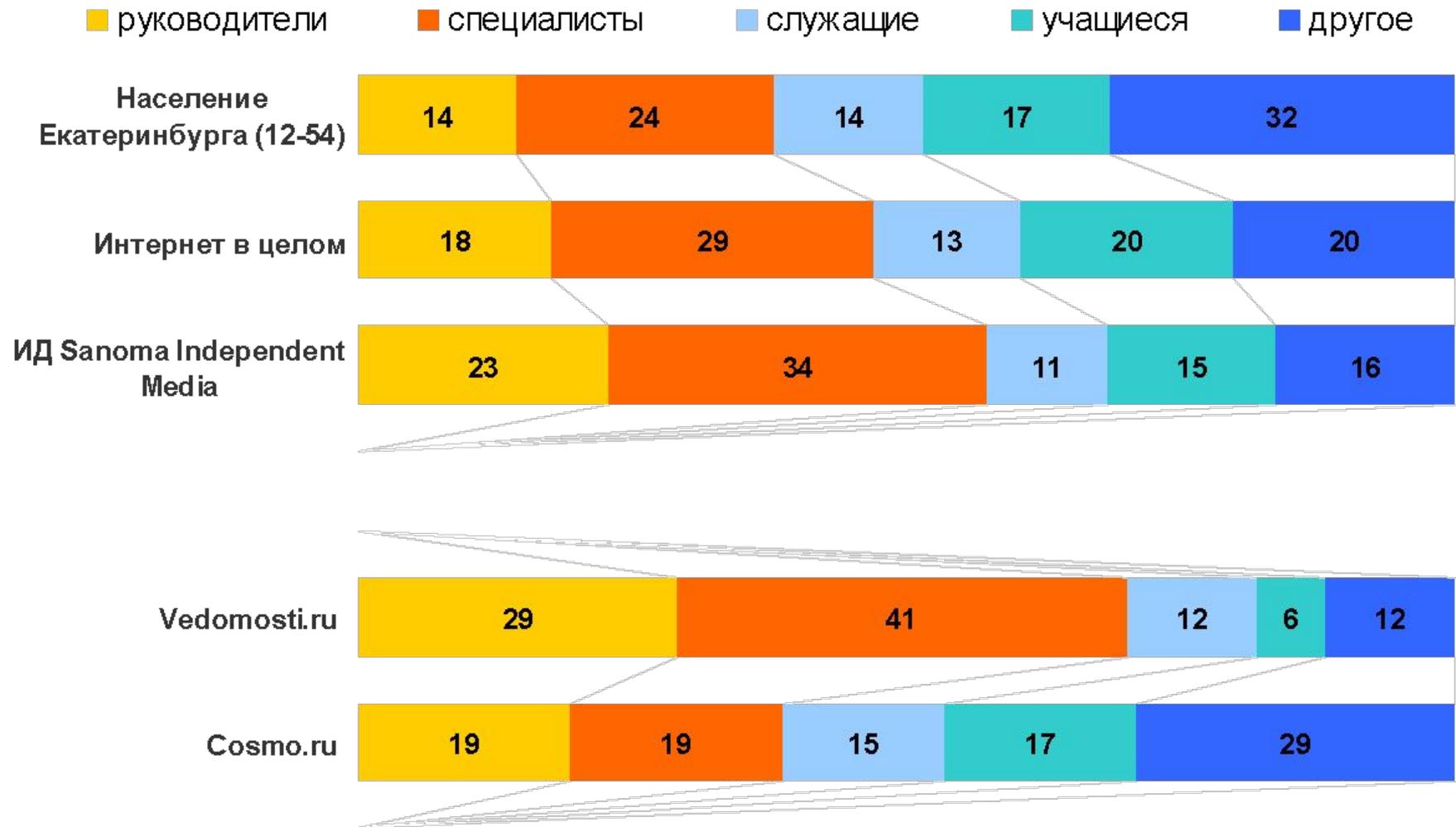
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Род занятий (С.-Петербург, Август 2011, % от Monthly Reach; % от ответивших; сортировка по доле руководителей)



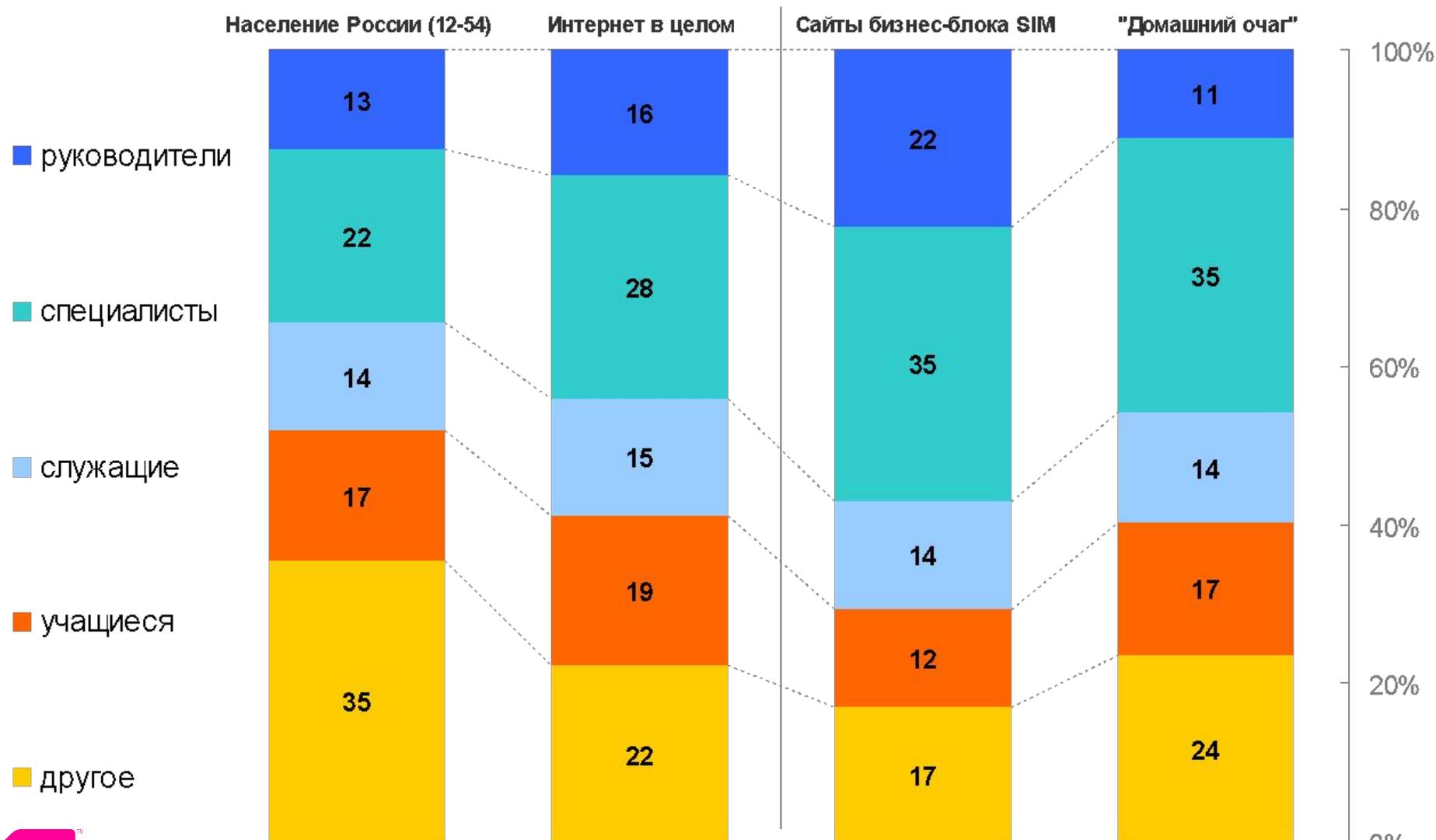
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Род занятий (Екатеринбург, Август 2011, % от Monthly Reach; % от ответивших; сортировка по доле руководителей)



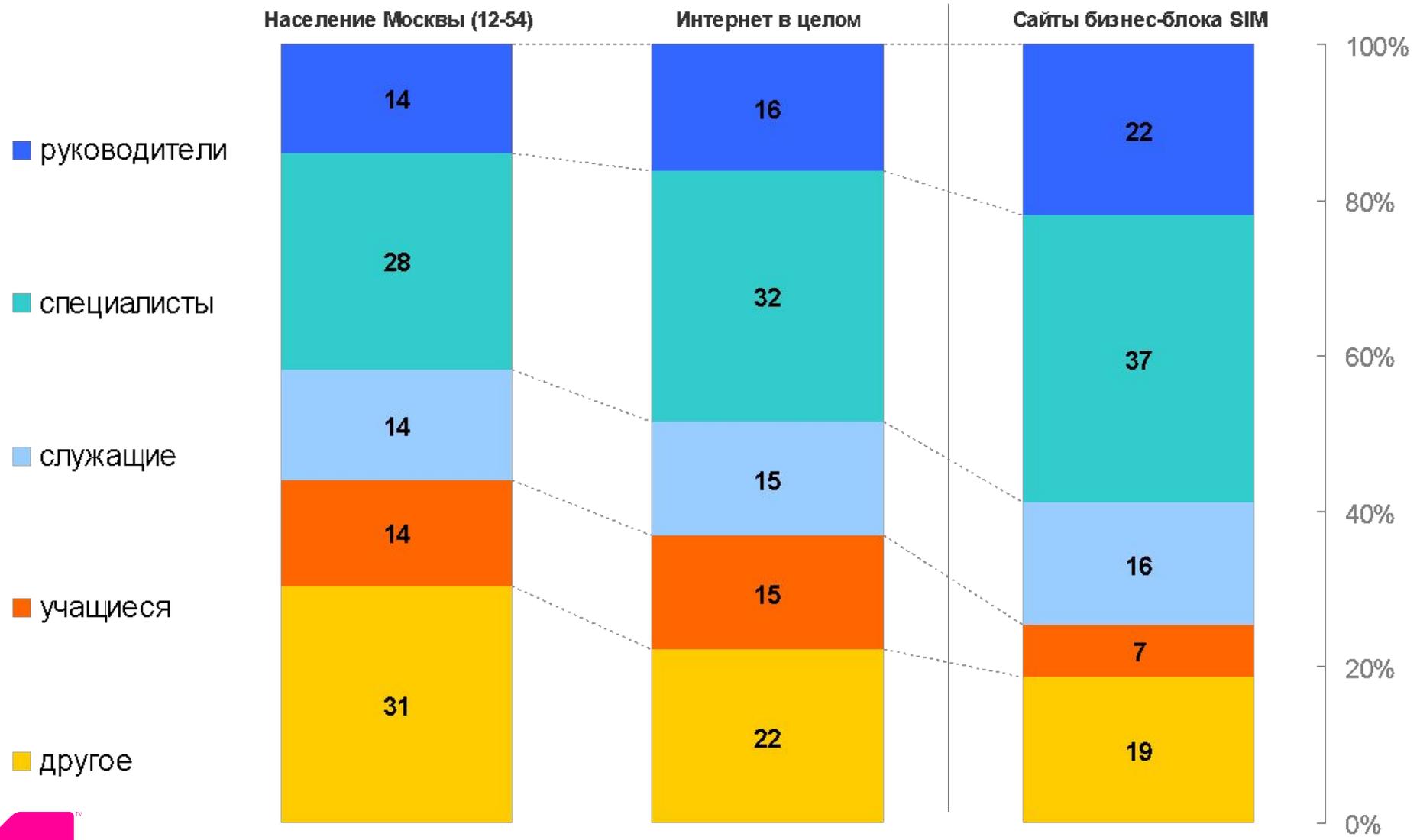
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Род занятий (Россия 100 000+, Август 2011, % от Monthly Reach; % от ответивших)



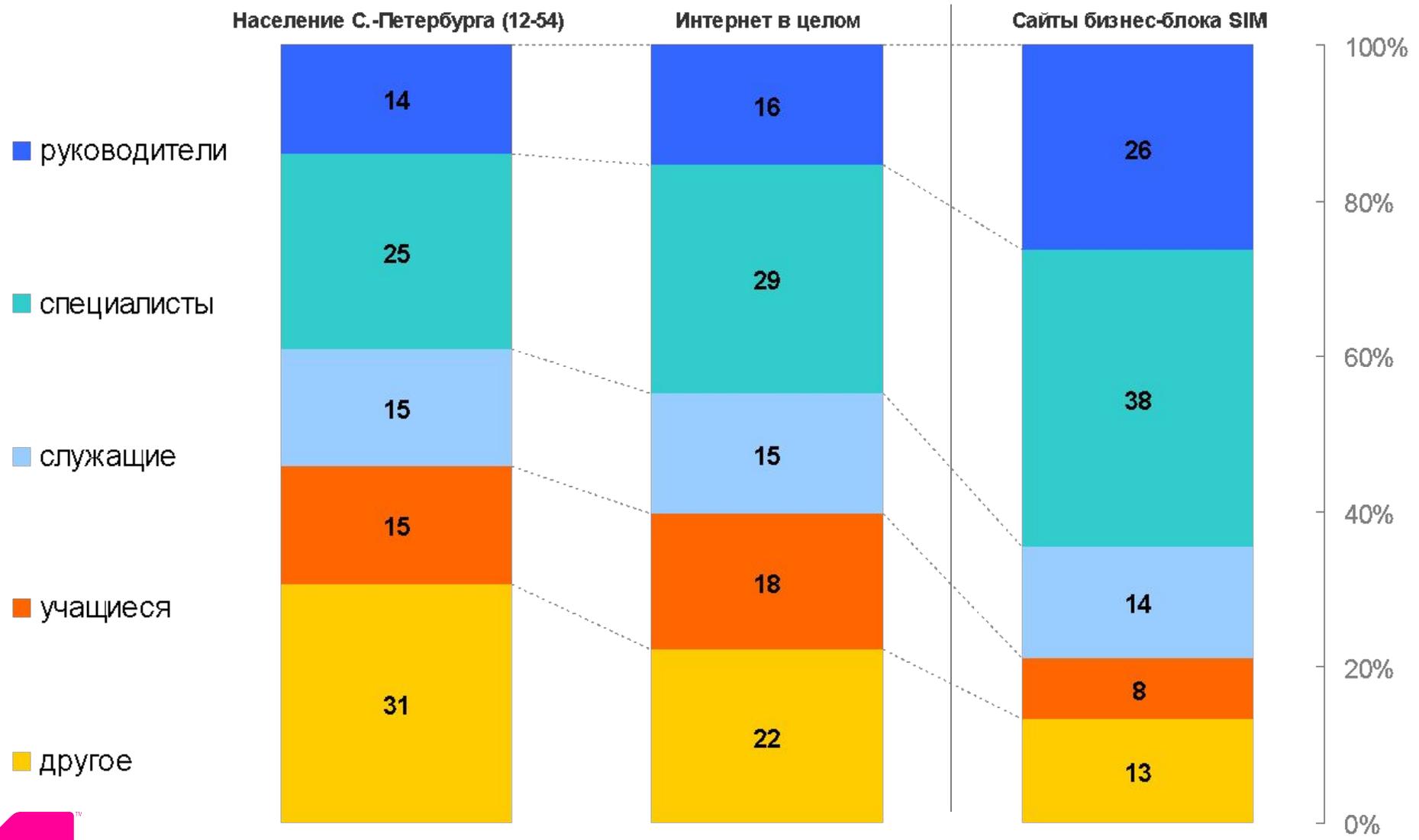
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Род занятий (Москва, Август 2011, % от Monthly Reach; % от ответивших)



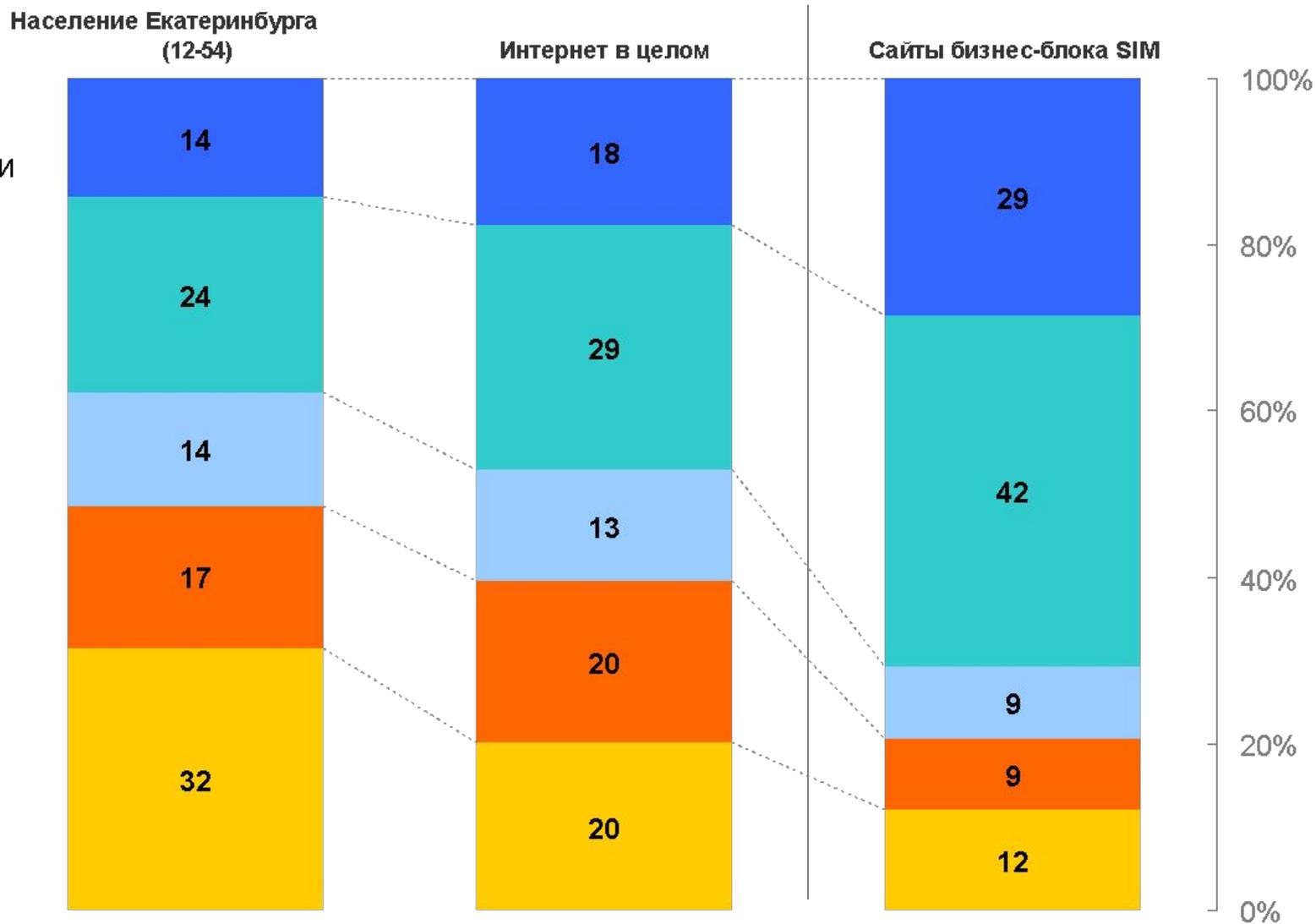
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Род занятий (С.-Петербург, Август 2011, % от Monthly Reach; % от ответивших)



Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Род занятий (Екатеринбург, Август 2011, % от Monthly Reach; % от ответивших)



Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

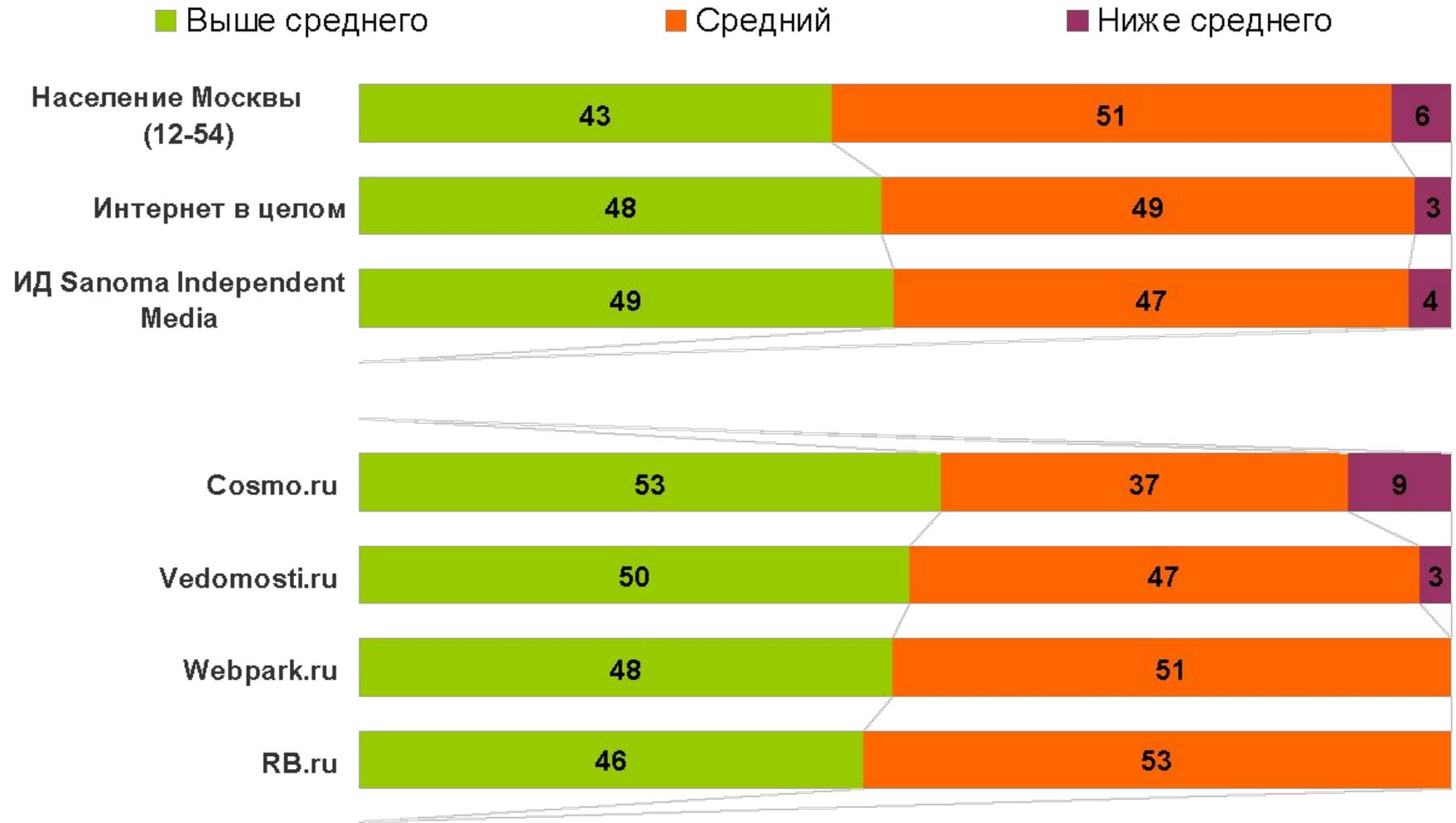
Материальное положение (Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach %; % от ответивших; сортировка по доле дохода выше среднего)



Отсутствие данных по какой-либо демо-группе означает, что значение показателя не является статистически значимым, но не означает, что эта группа полностью отсутствует в аудитории.

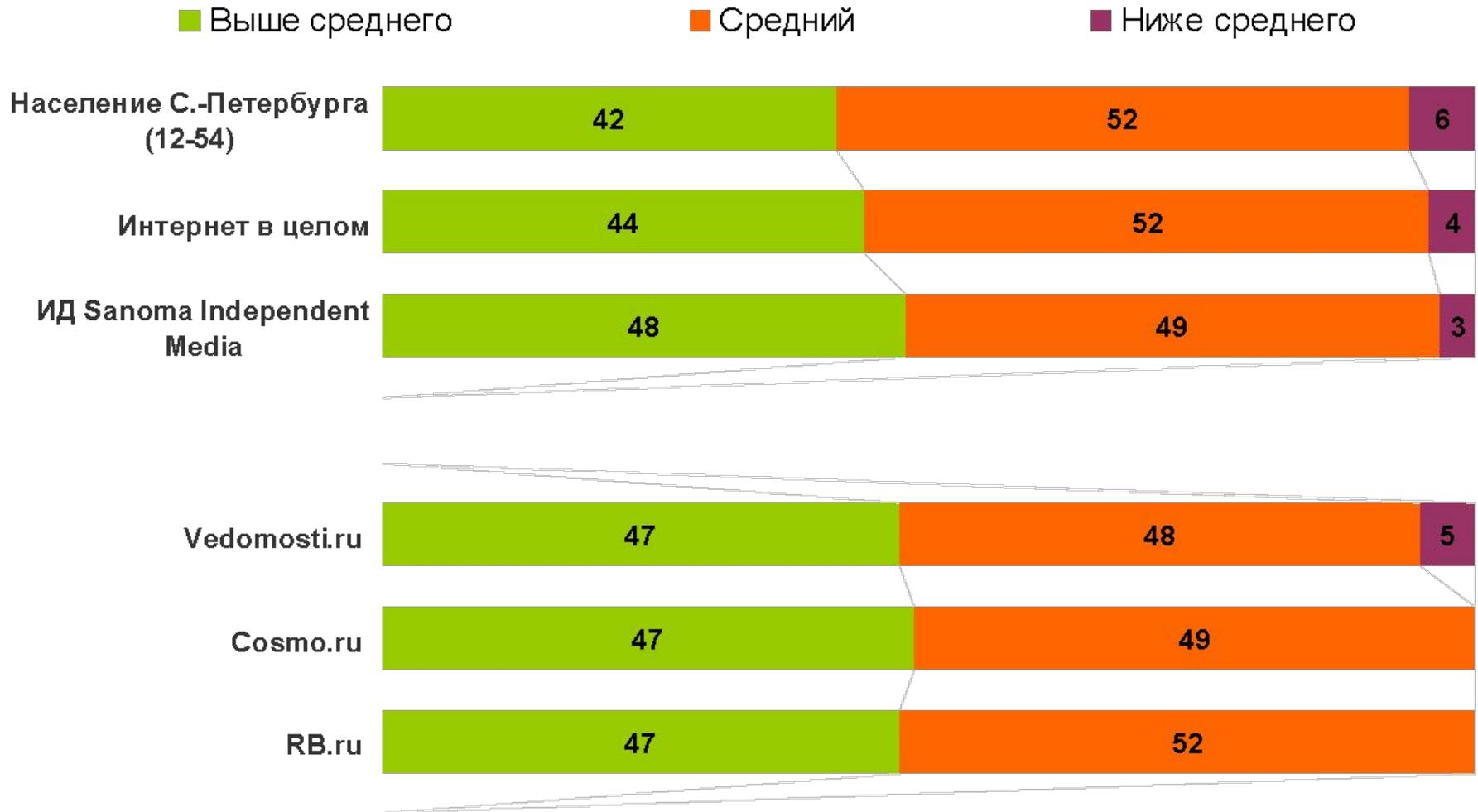
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Материальное положение (Москва, Август 2011, Monthly Reach %; % от ответивших; сортировка по доле дохода выше среднего)



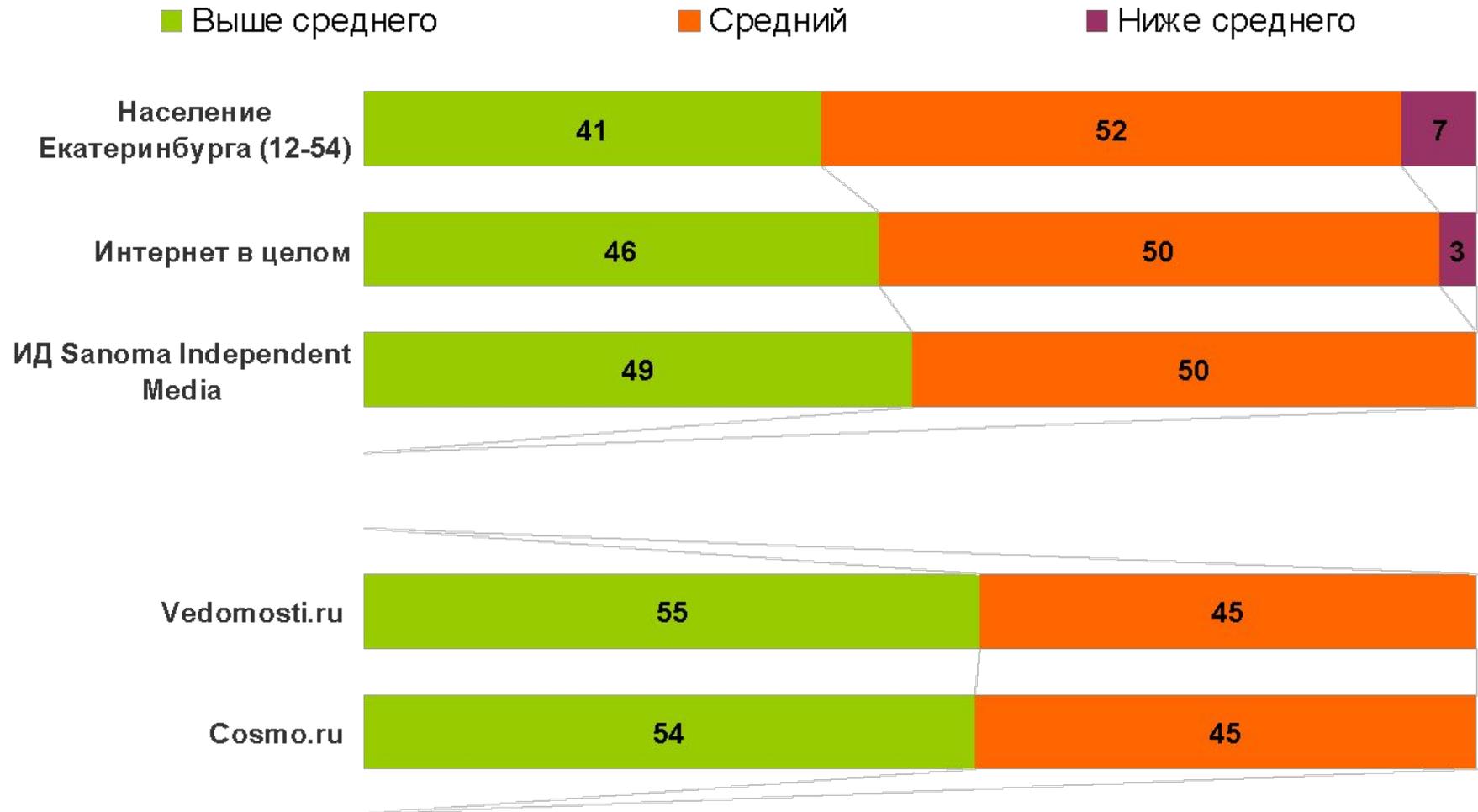
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Материальное положение (С.-Петербург, Август 2011, Monthly Reach %; % от ответивших; сортировка по доле дохода выше среднего)



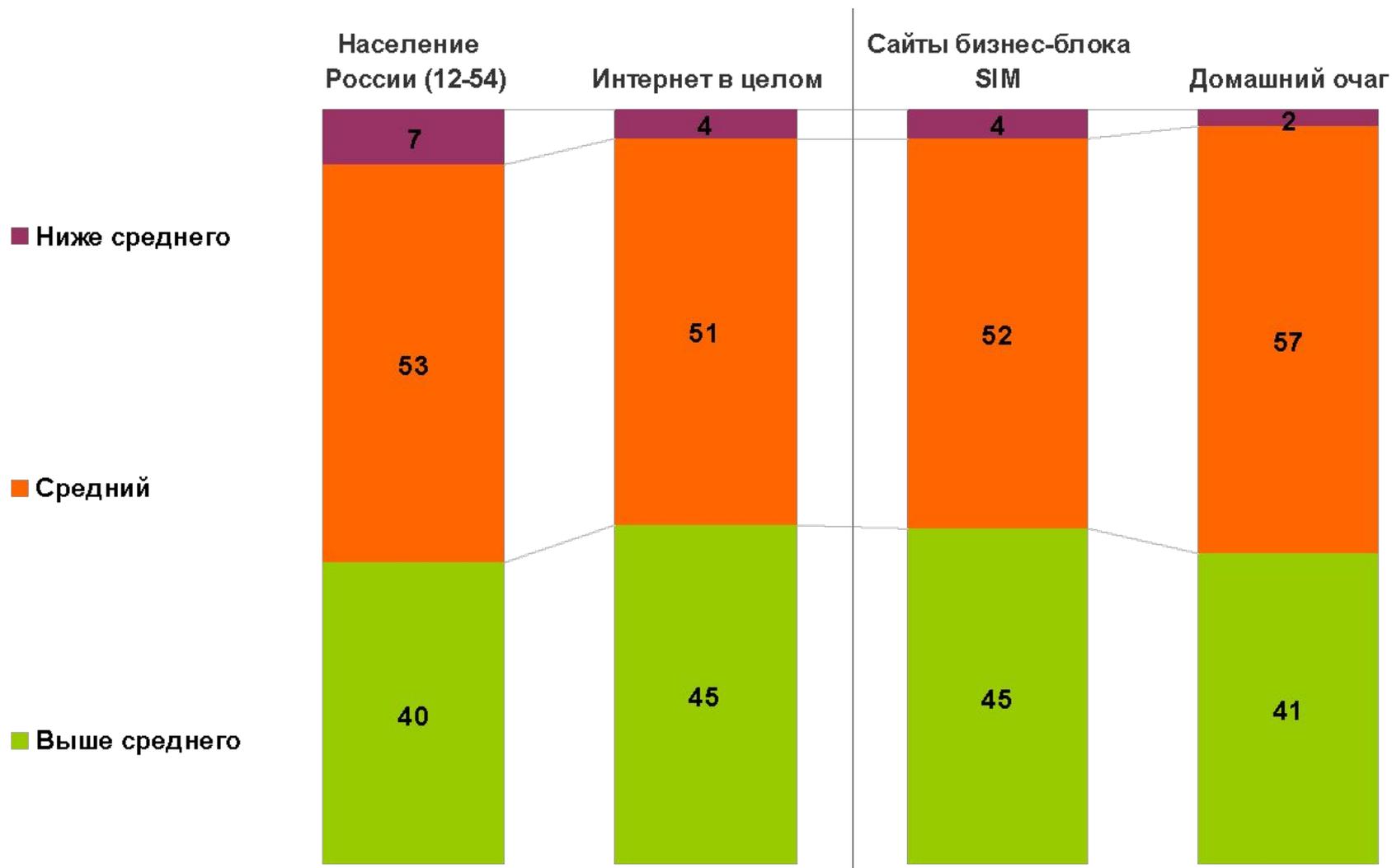
Структура аудитории проектов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Материальное положение (Екатеринбург, Август 2011, Monthly Reach %; % от ответивших; сортировка по доле дохода выше среднего)



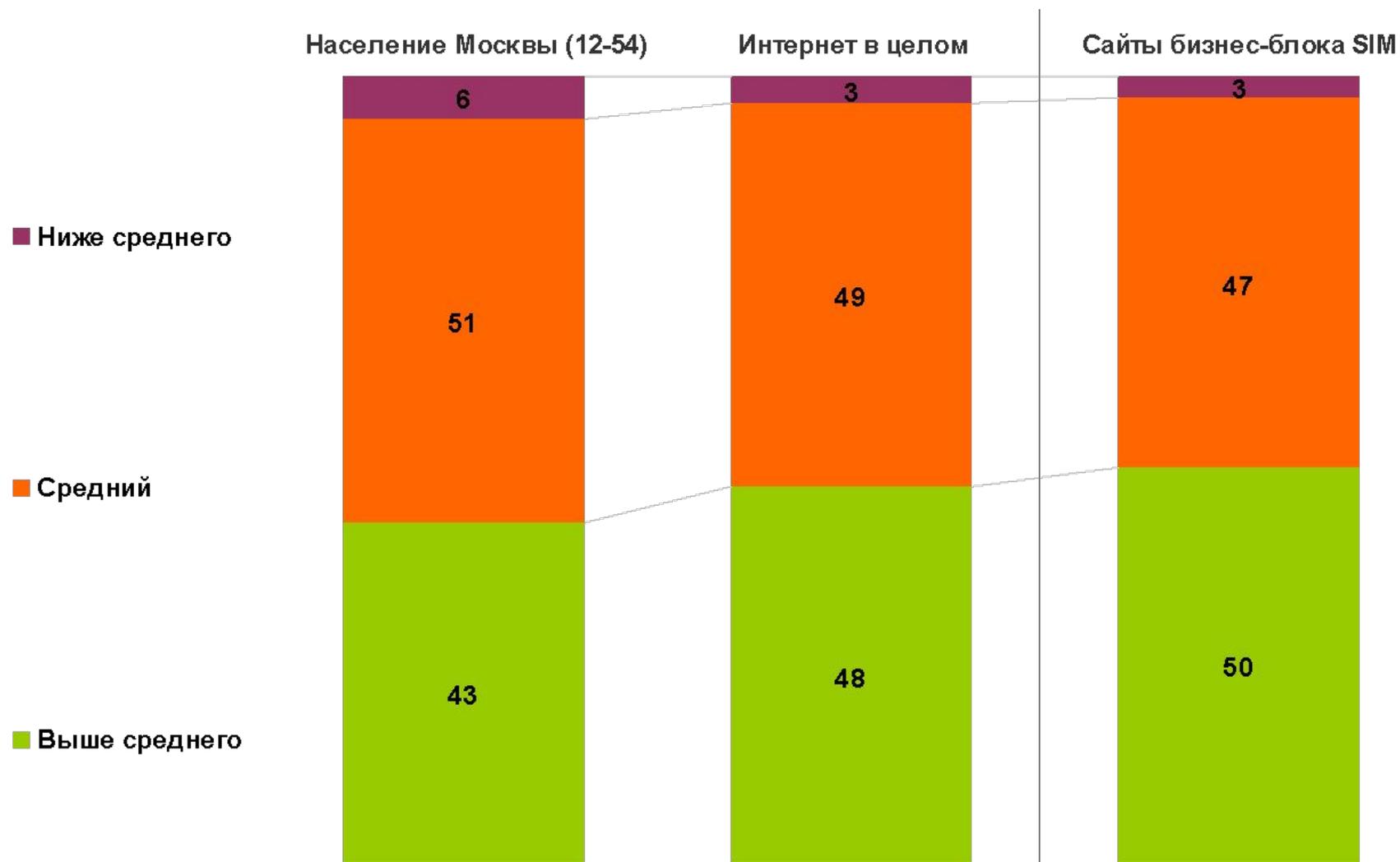
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Материальное положение (Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach %; % от ответивших)



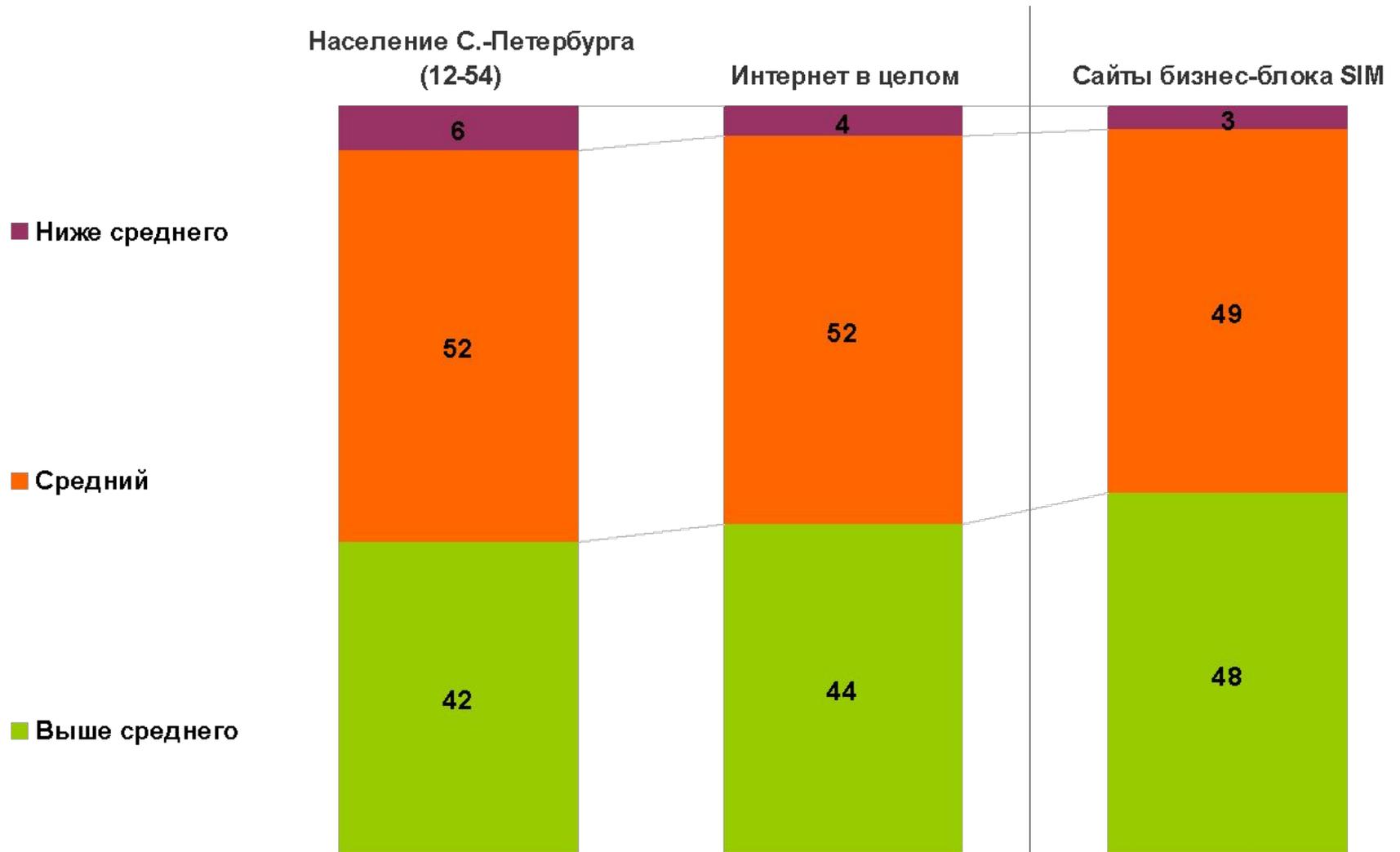
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Материальное положение (Москва, Август 2011, Monthly Reach %; % от ответивших)



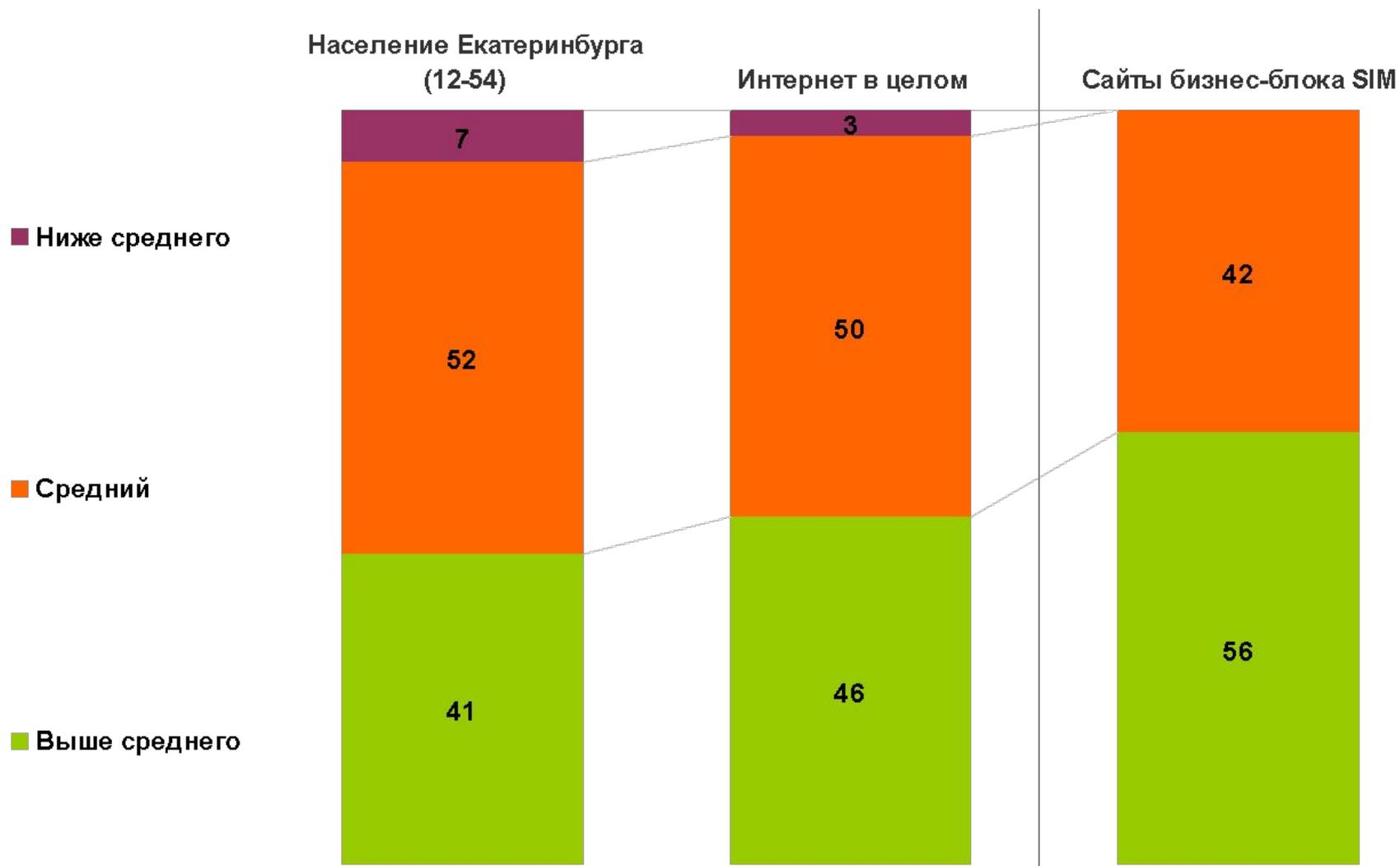
Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Материальное положение (С.-Петербург, Август 2011, Monthly Reach %; % от ответивших)



Структура аудитории синдикатов ИД Sanoma Independent Media, в %.

Материальное положение (Екатеринбург, Август 2011, Monthly Reach %; % от ответивших)

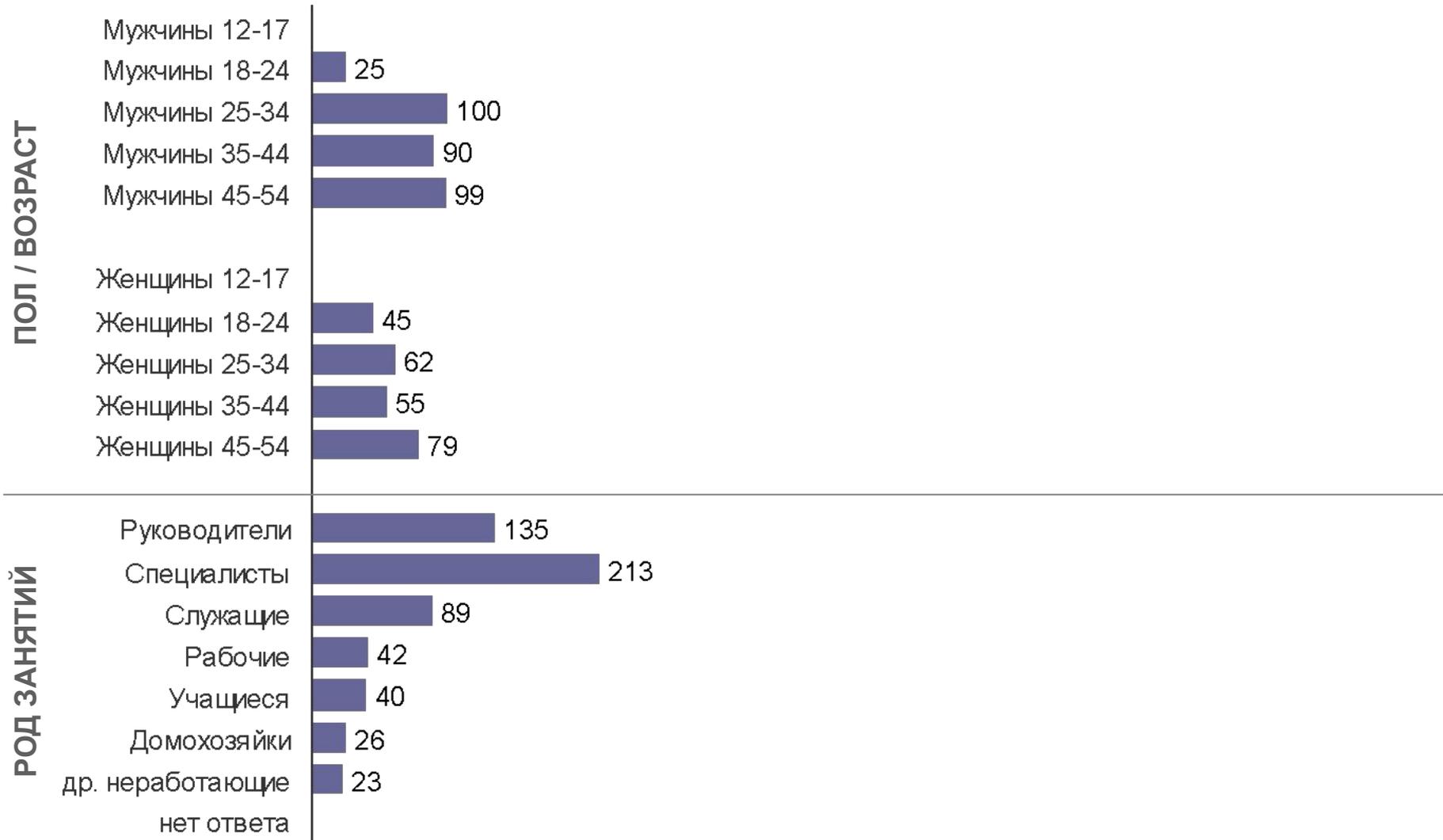


Структура аудитории Vedomosti.ru, в тыс. чел. (Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach '000)



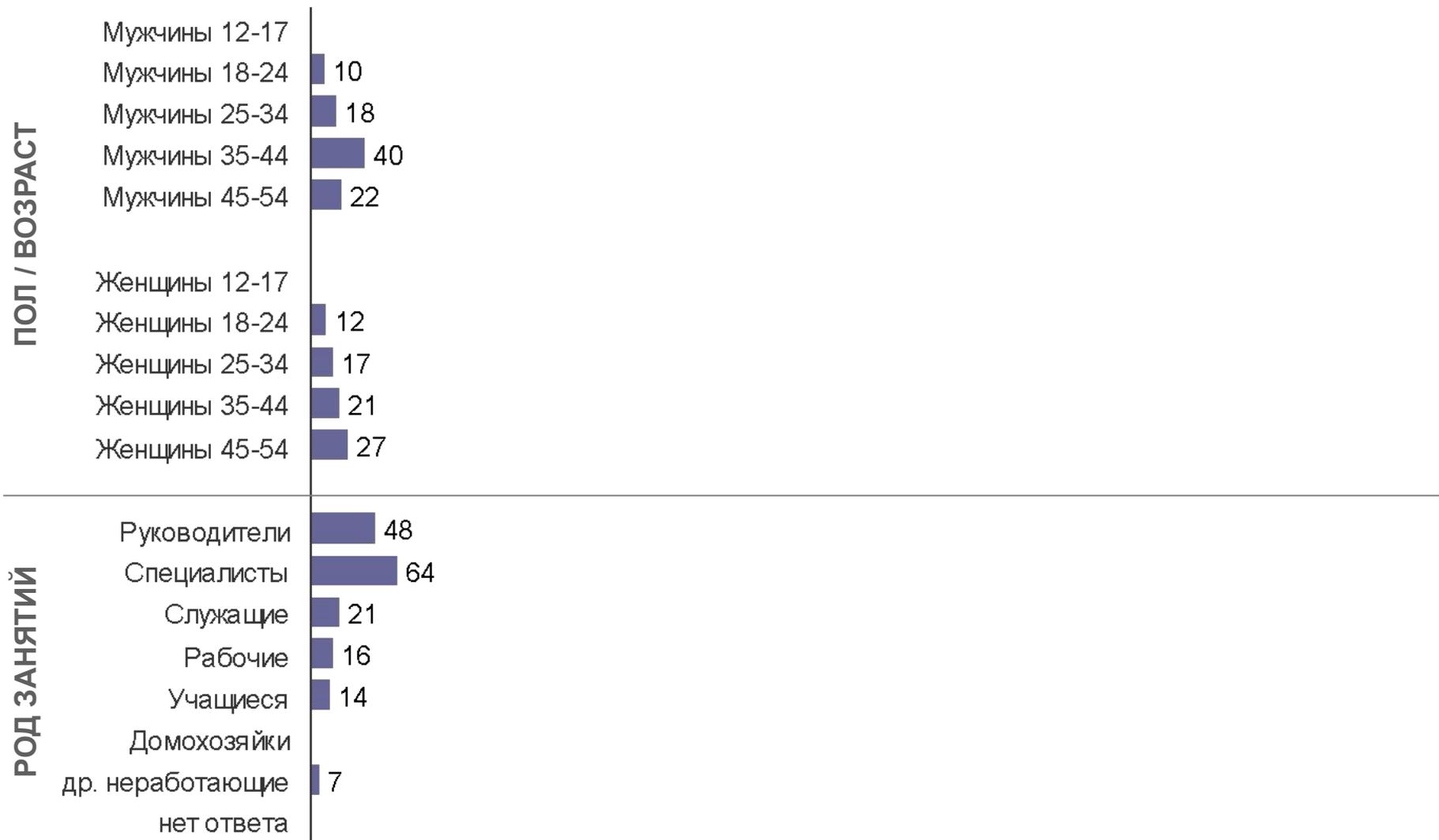
Структура аудитории Vedomosti.ru, в тыс. чел.

(Москва, Август 2011, Monthly Reach'000)

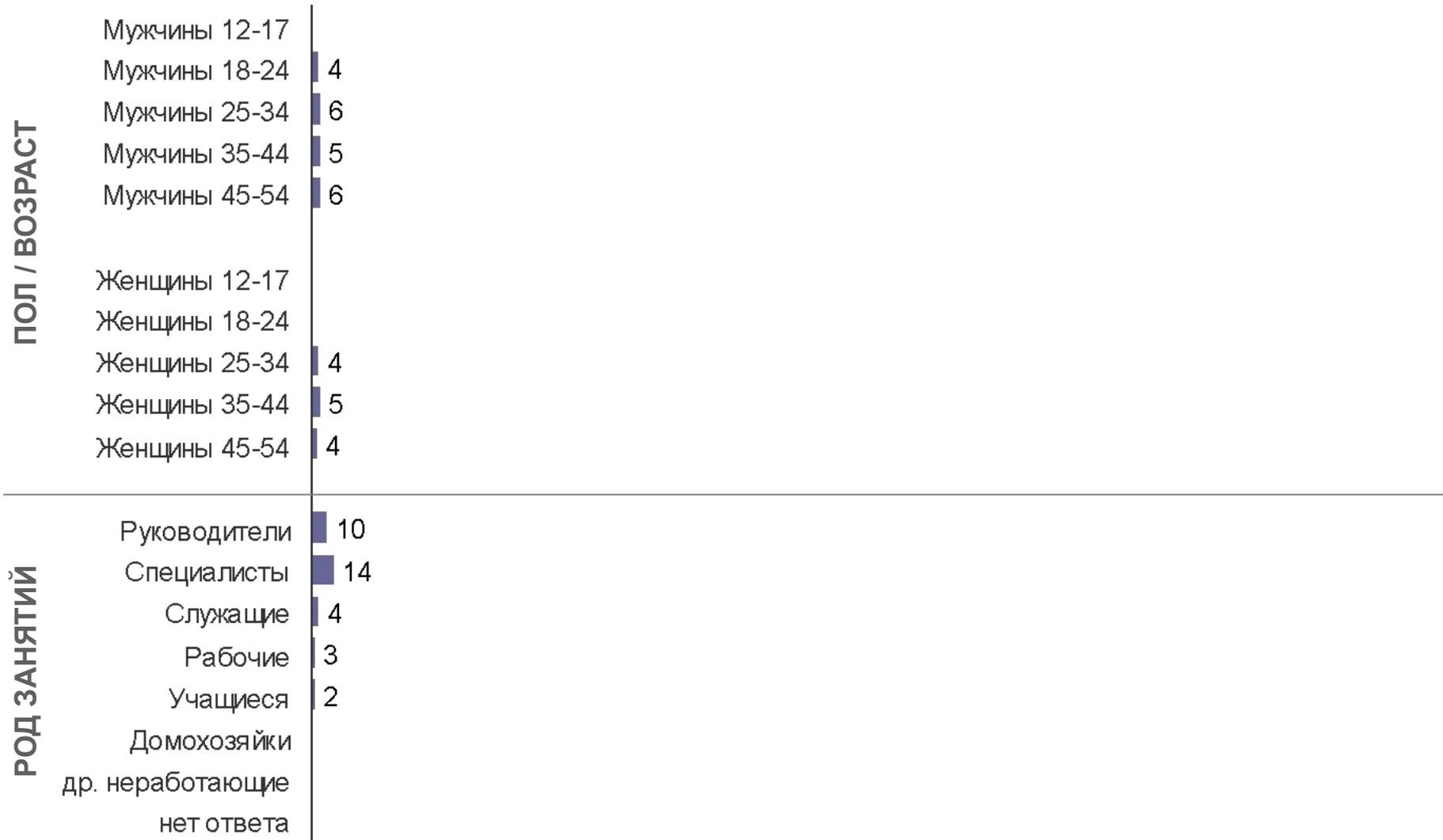


Структура аудитории Vedomosti.ru, в тыс. чел.

(С.-Петербург, Август 2011, Monthly Reach'000)



Структура аудитории Vedomosti.ru, в тыс. чел. (Екатеринбург, Август 2011, Monthly Reach '000)



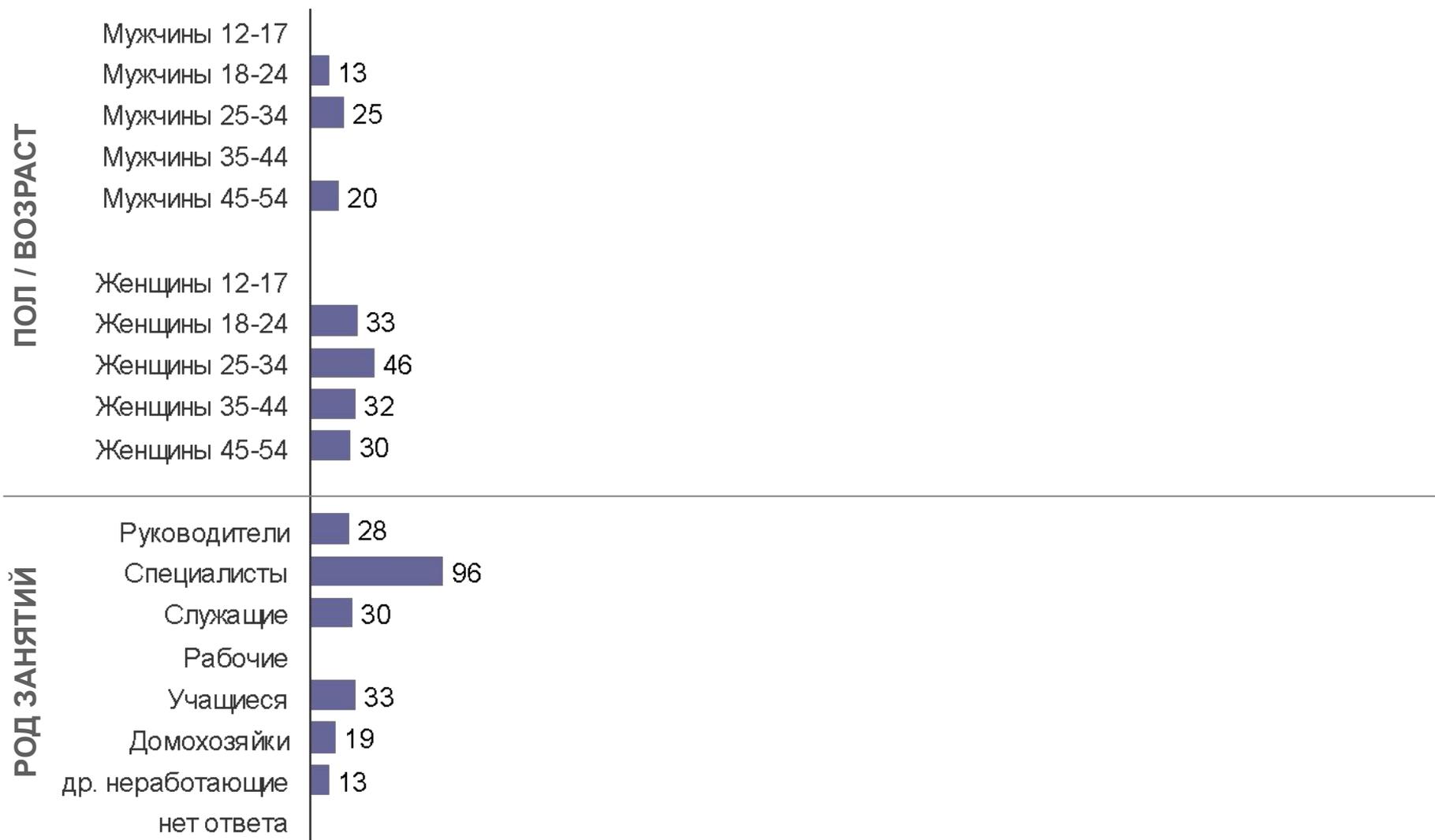
Структура аудитории Cosmo.ru, в тыс. чел.

(Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach '000)

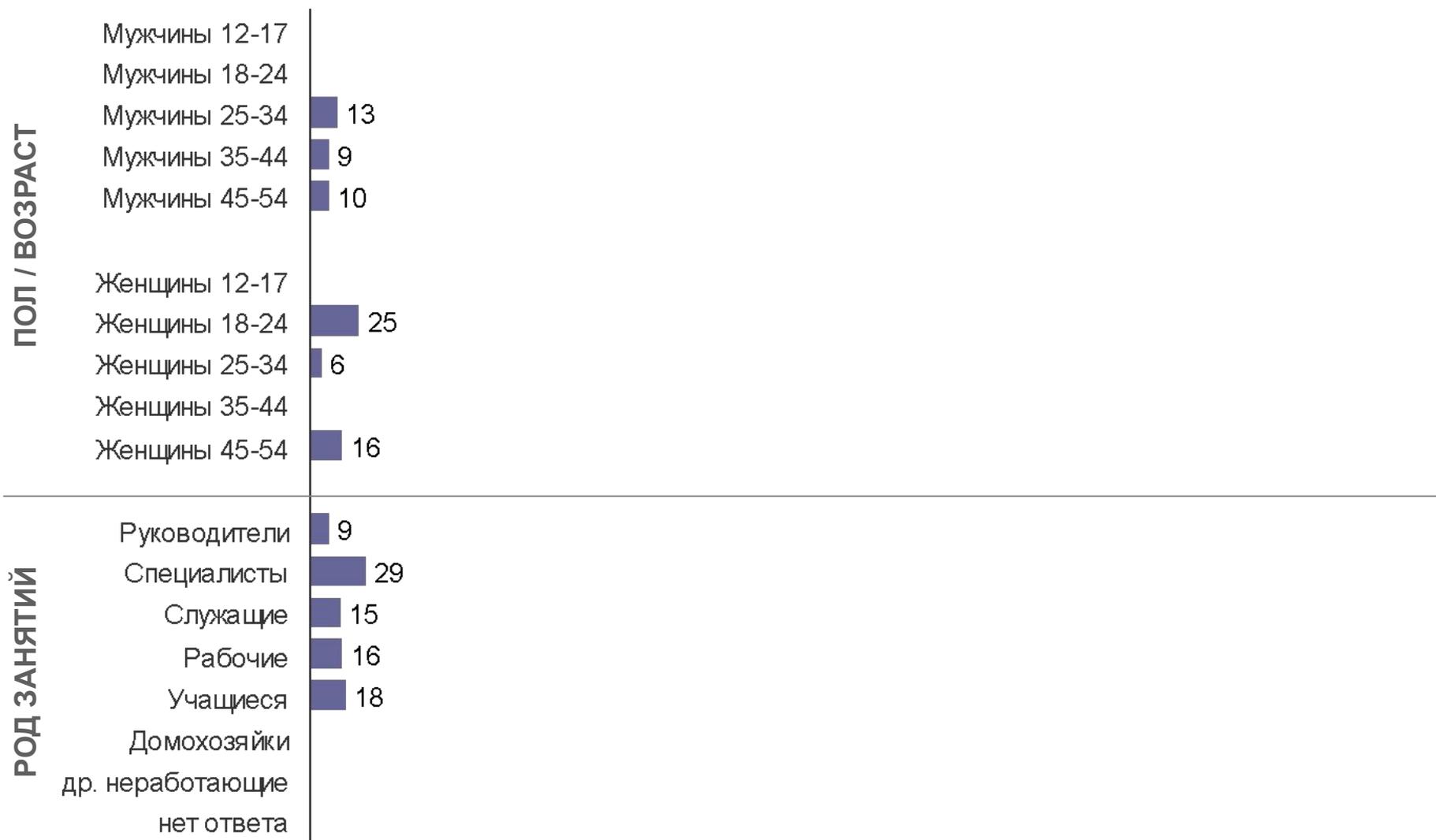


Структура аудитории Cosmo.ru, в тыс. чел.

(Москва, Август 2011, Monthly Reach'000)

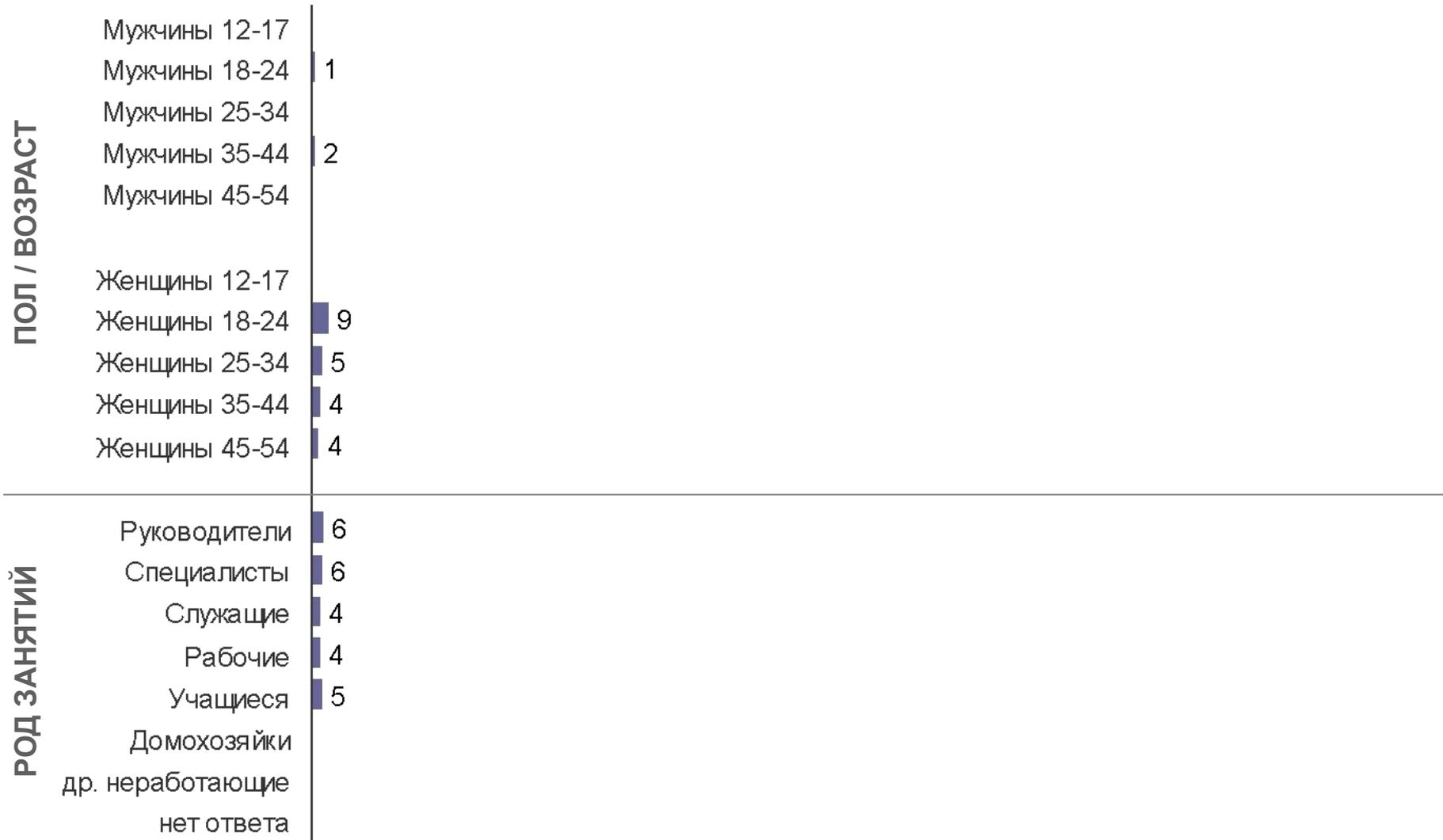


Структура аудитории Cosmo.ru, в тыс. чел. (С.-Петербург, Август 2011, Monthly Reach'000)



Структура аудитории Cosmo.ru, в тыс. чел.

(Екатеринбург, Август 2011, Monthly Reach '000)



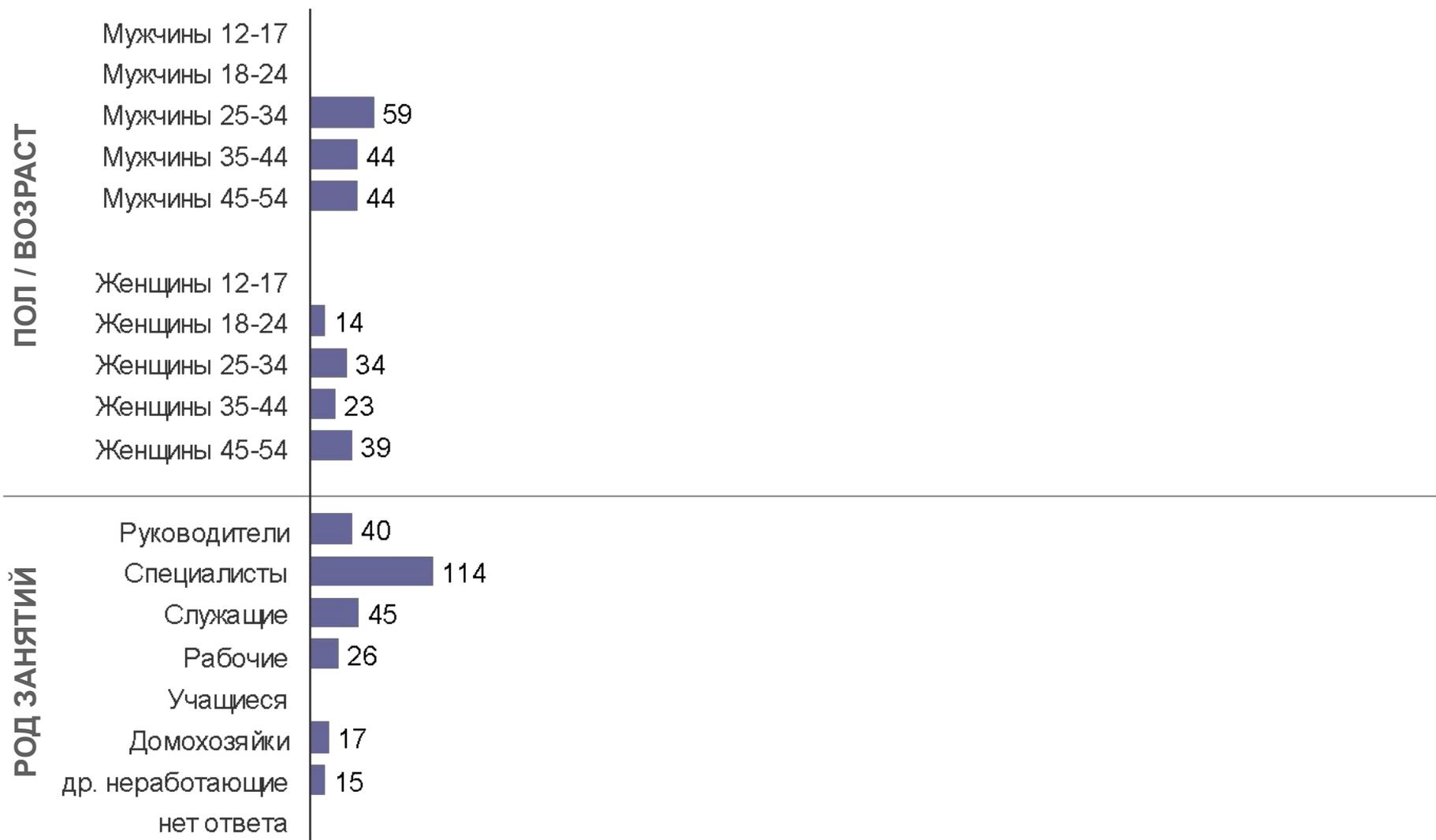
Структура аудитории RB.ru, в тыс. чел.

(Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach'000)



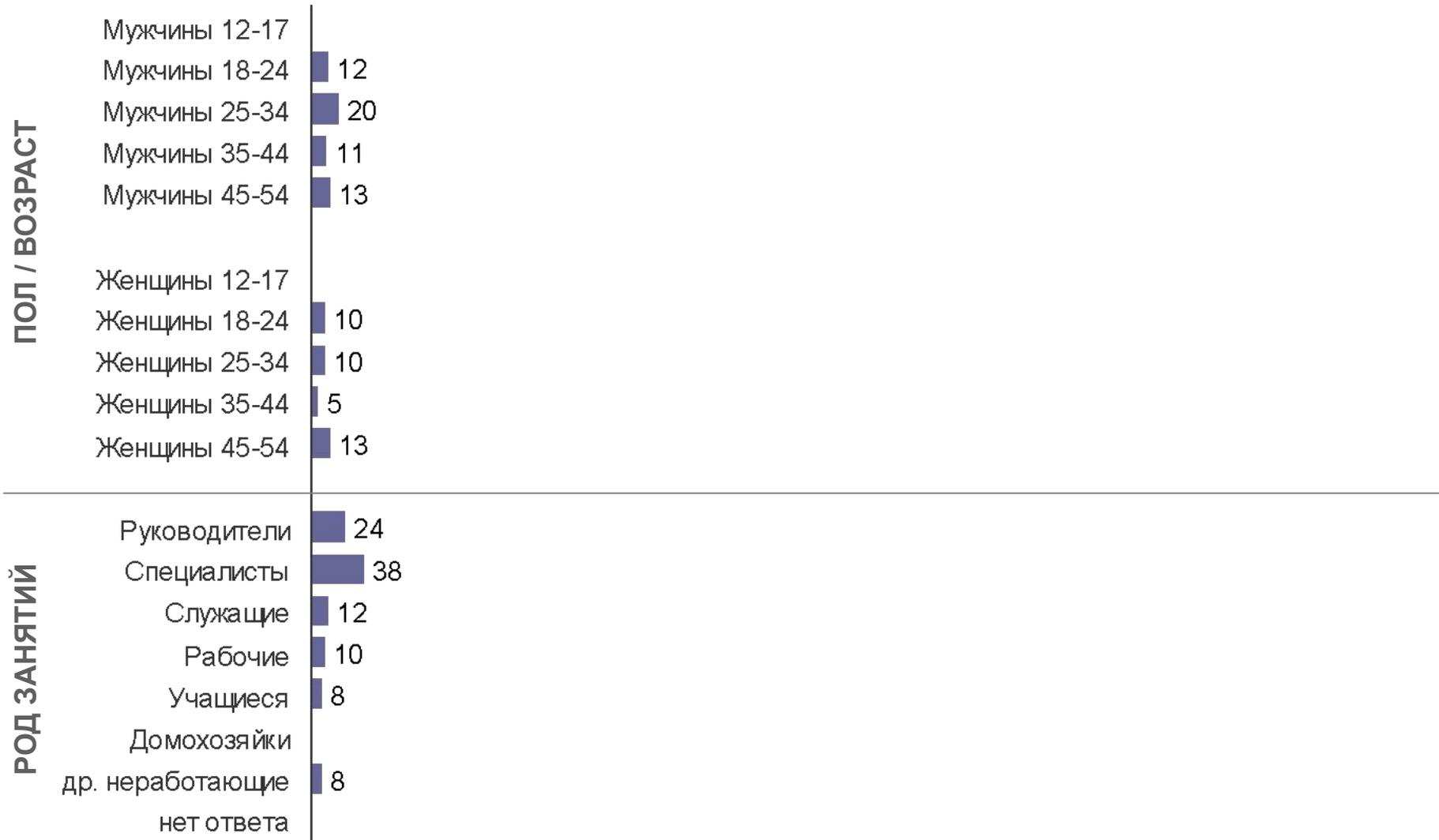
Структура аудитории RB.ru, в тыс. чел.

(Москва, Август 2011, Monthly Reach'000)



Структура аудитории RB.ru, в тыс. чел.

(С.-Петербург, Август 2011, Monthly Reach'000)



Отсутствие данных по какой-либо демо-группе означает, что значение показателя не является статистически значимым, но не означает, что эта группа полностью отсутствует в аудитории.

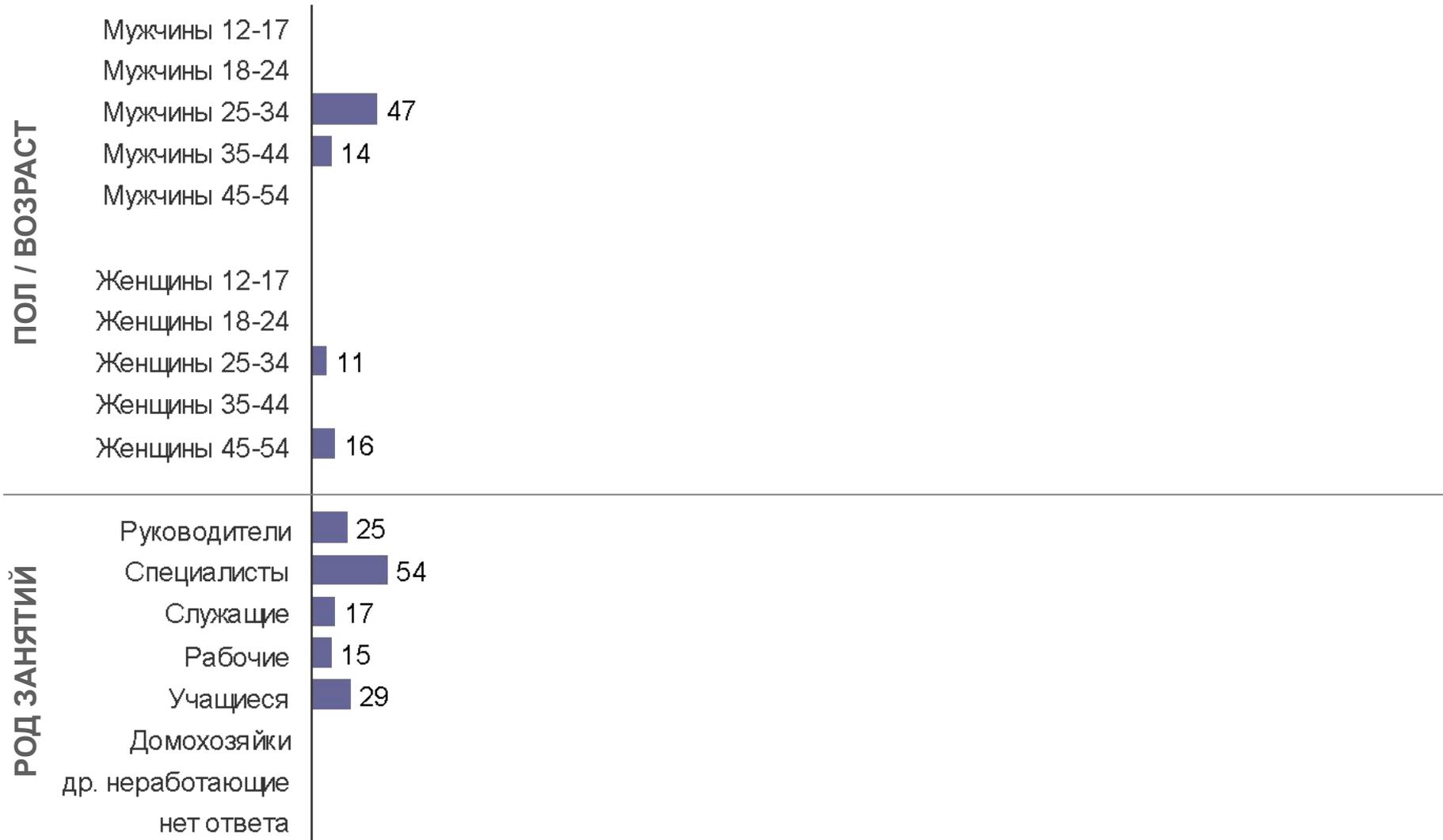
Структура аудитории Webpark.ru, в тыс. чел.

(Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach'000)



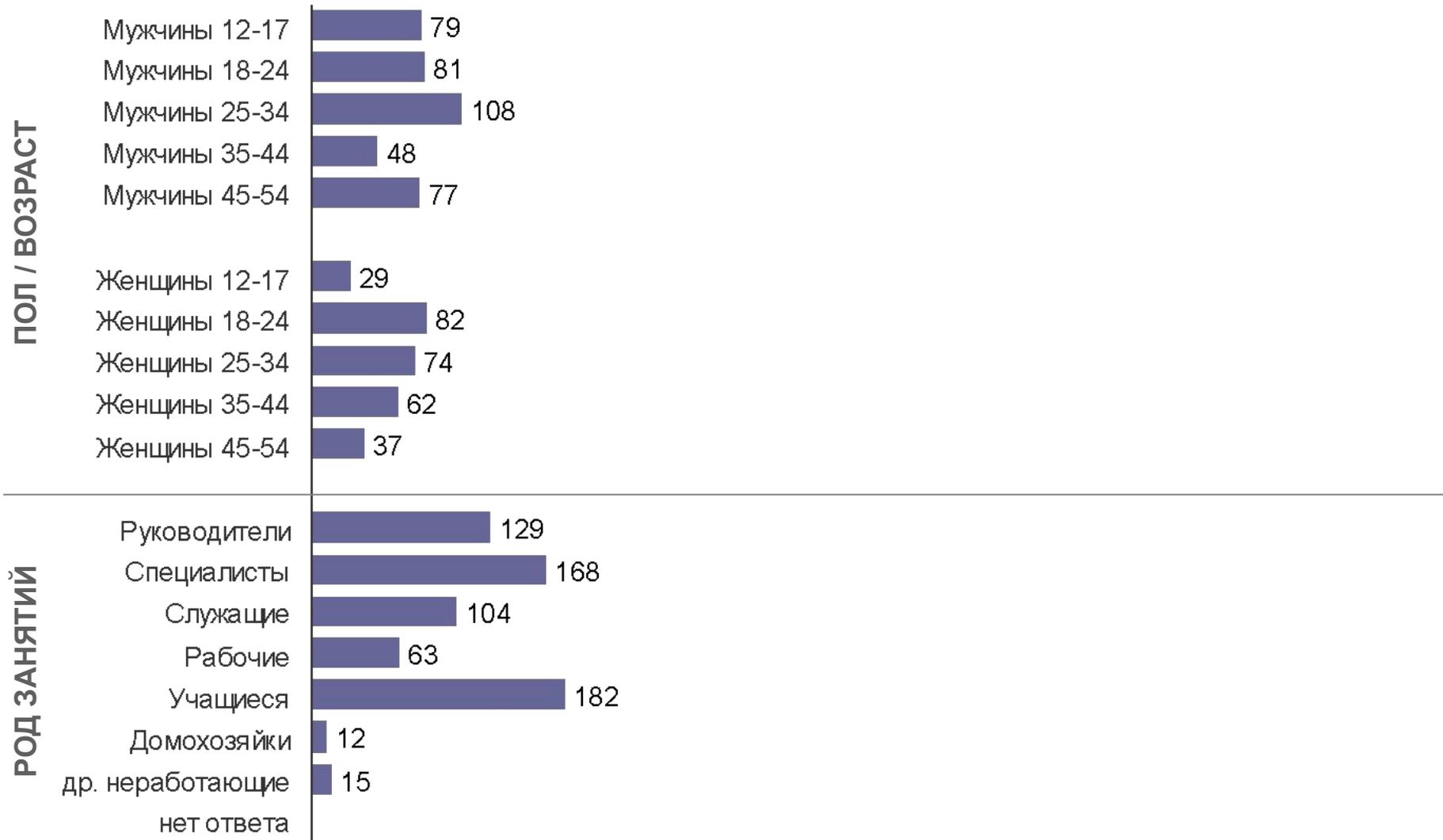
Структура аудитории Webpark.ru, в тыс. чел.

(Москва, Август 2011, Monthly Reach'000)



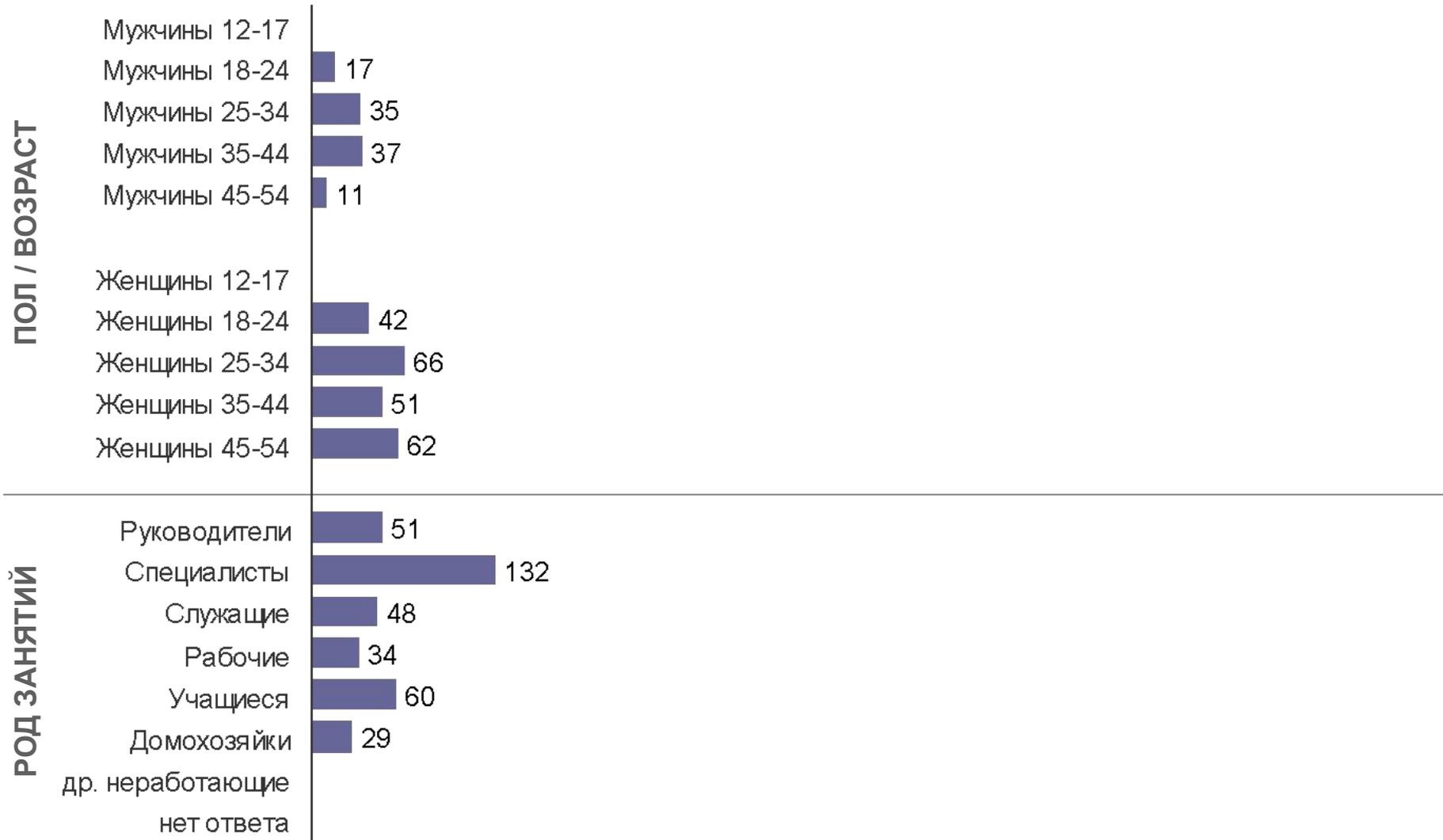
Структура аудитории Mhealth.ru, в тыс. чел.

(Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach'000)



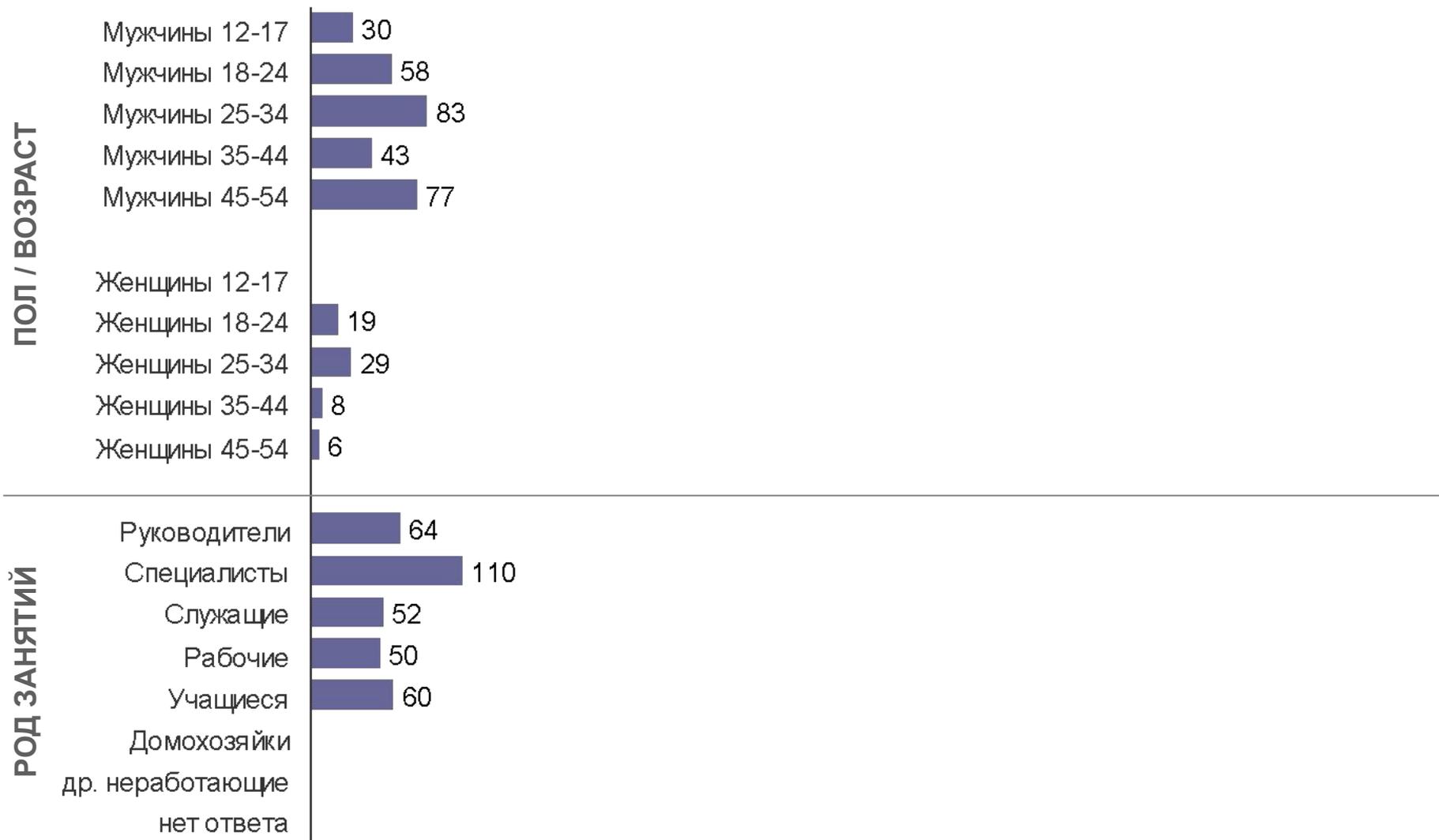
Структура аудитории Goodhouse.ru, в тыс. чел.

(Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach'000)



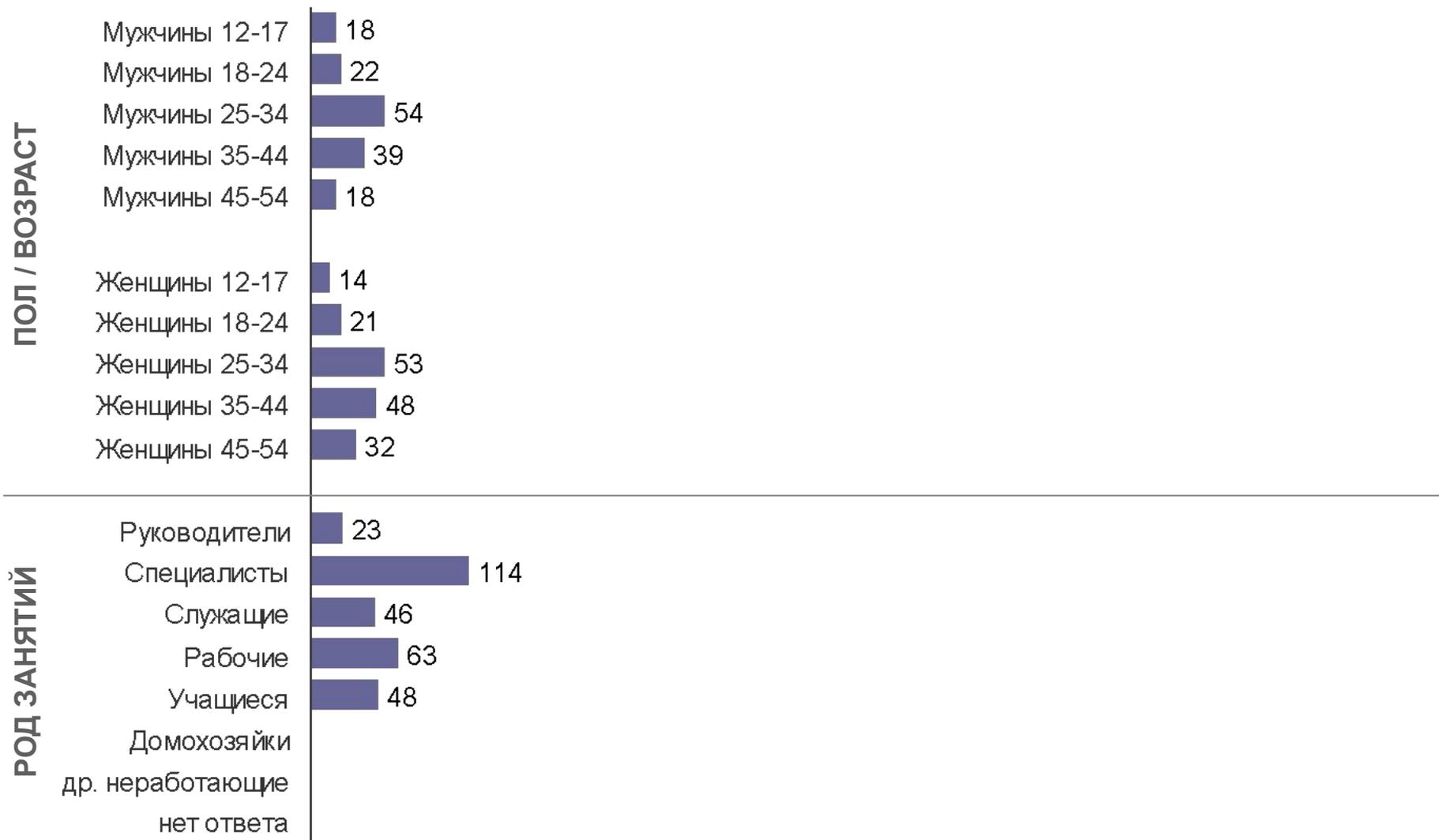
Структура аудитории Romtech.ru, в тыс. чел.

(Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach'000)



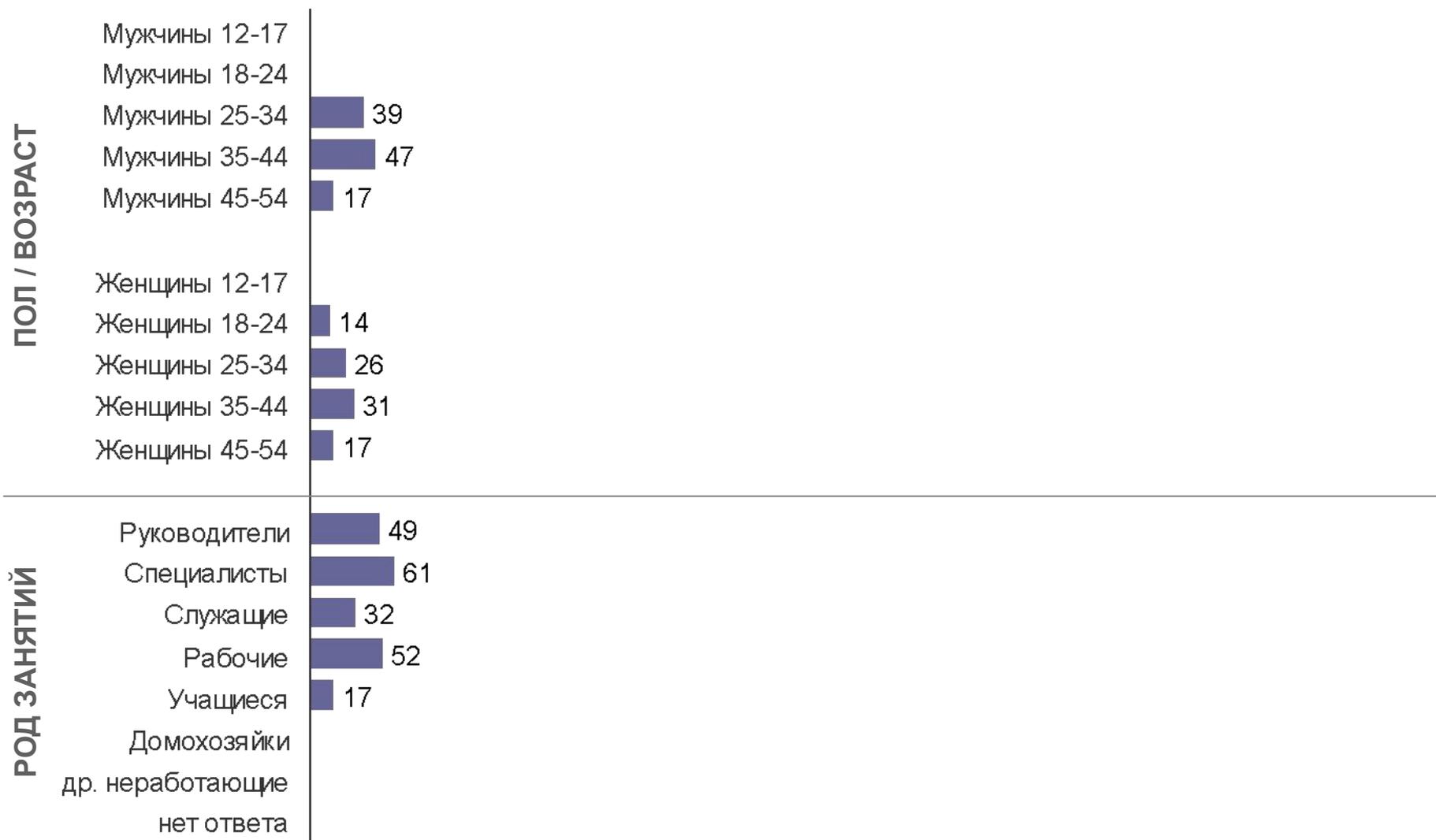
Структура аудитории Ameno.ru, в тыс. чел.

(Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach'000)

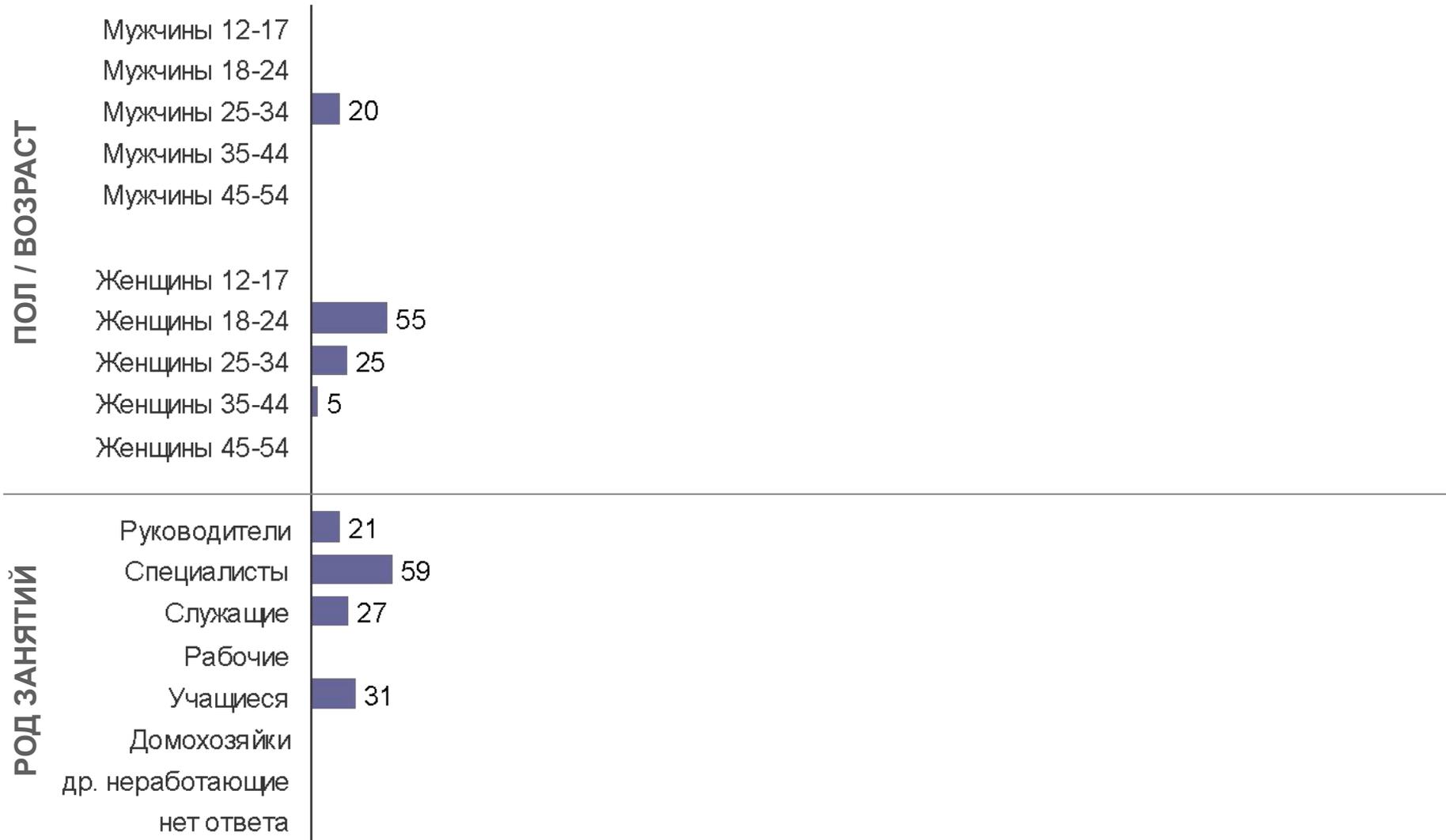


Структура аудитории Seemore.ru, в тыс. чел.

(Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach'000)



Структура аудитории Wedding-magazine.ru, в тыс. чел. (Россия 100 000+, Август 2011, Monthly Reach'000)



Целевые группы аудитории Vedomosti.ru, Affinity Index.

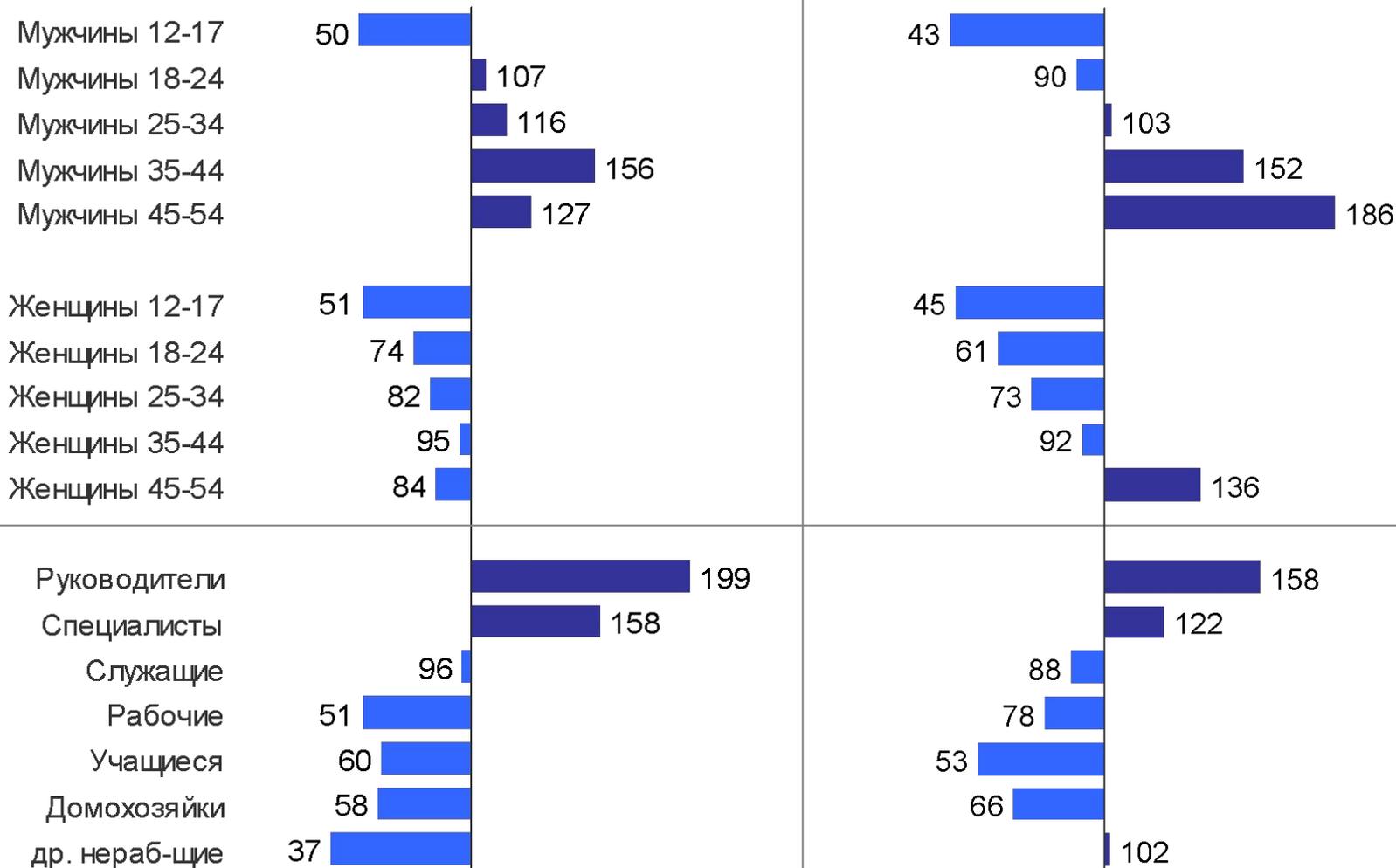
(Россия 100 000+, Август 2011)

По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ

РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %)

к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.



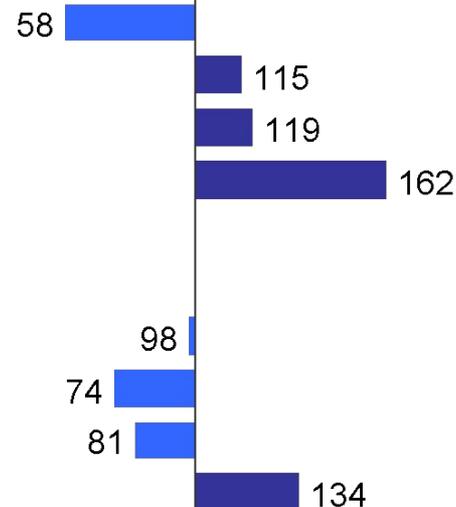
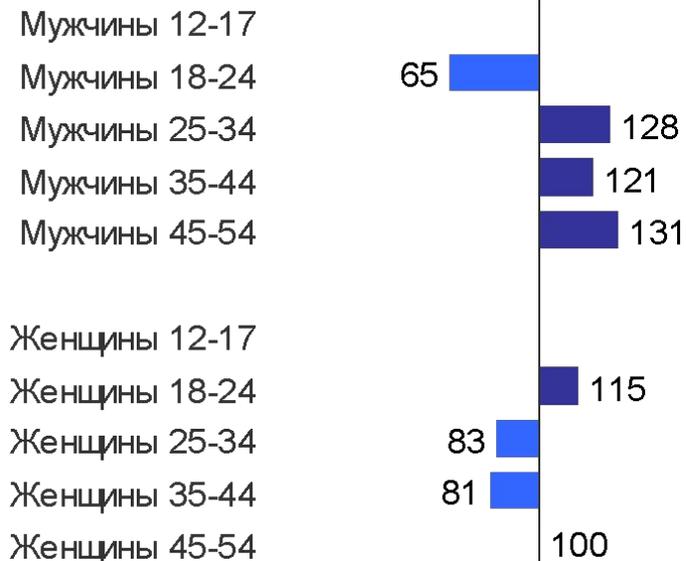
Целевые группы аудитории Vedomosti.ru, Affinity Index.

(Москва, Август 2011)

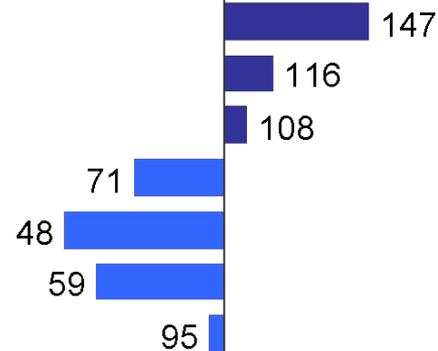
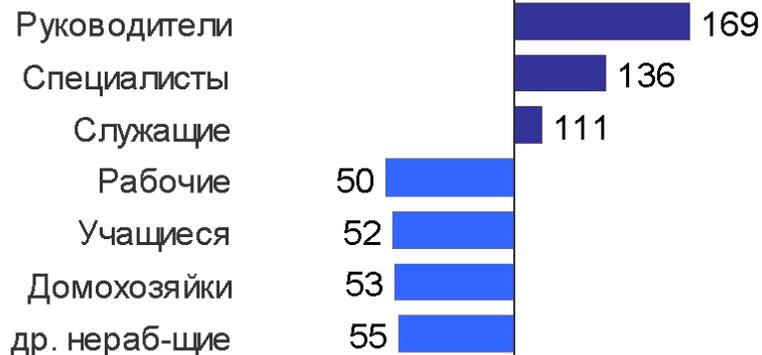
По отношению к населению Москвы 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении Москвы 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

Целевые группы аудитории Vedomosti.ru, Affinity Index.

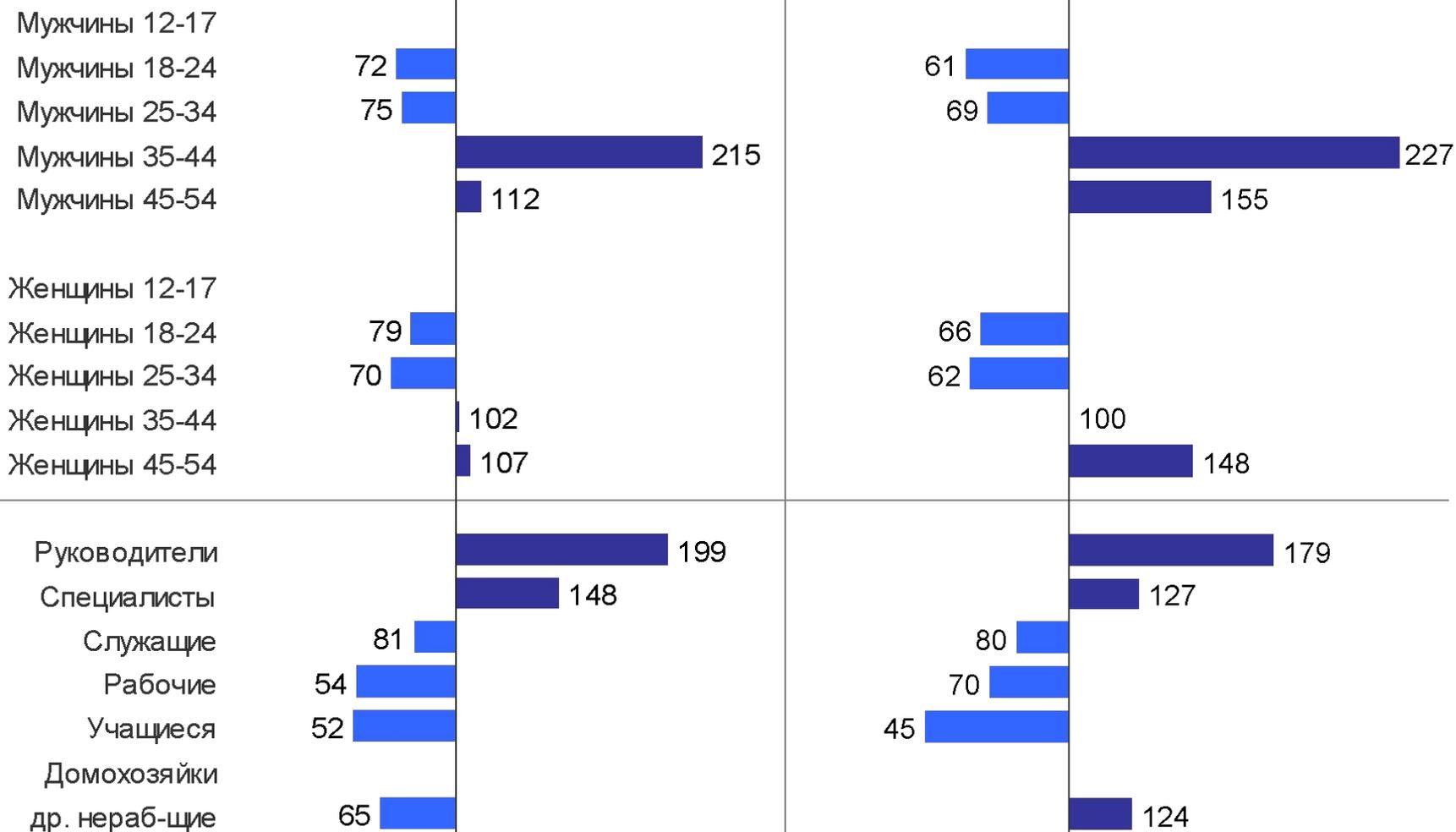
(С.-Петербург, Август 2011)

По отношению к населению С.-Петербурга 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ

РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении С.-Петербурга 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.



Целевые группы аудитории Vedomosti.ru, Affinity Index.

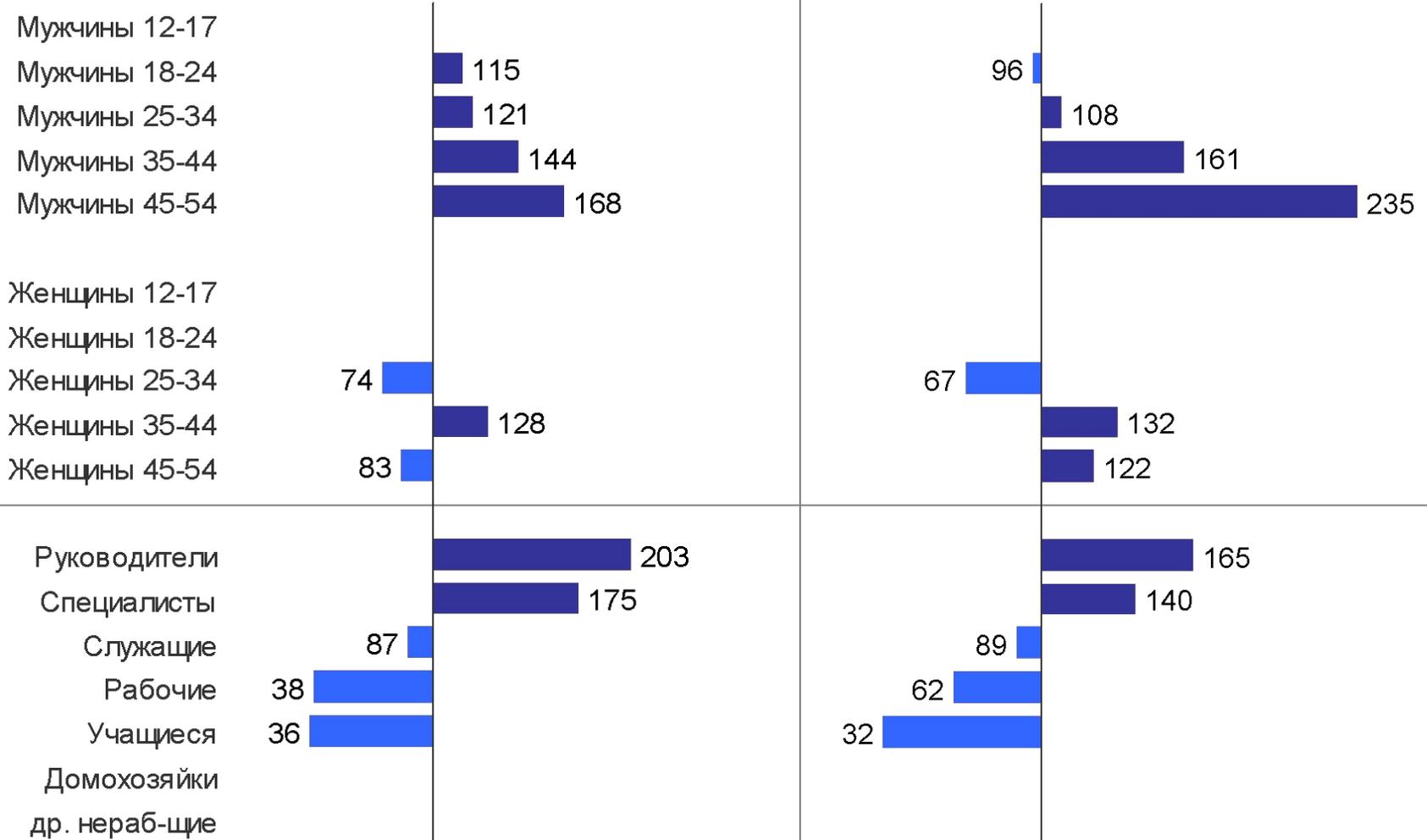
(Екатеринбург, Август 2011)

По отношению к населению Екатеринбурга 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ

РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении Екатеринбурга 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

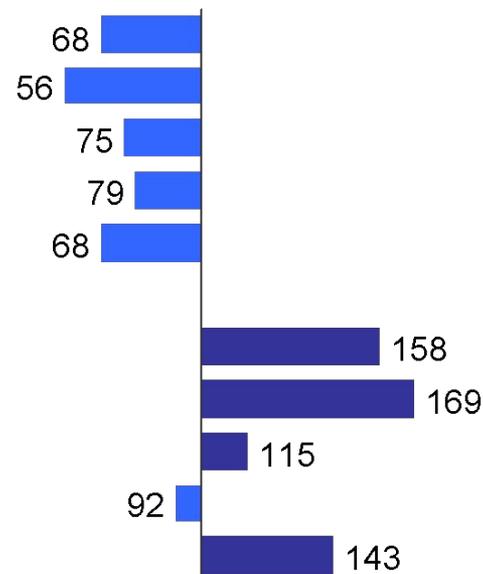
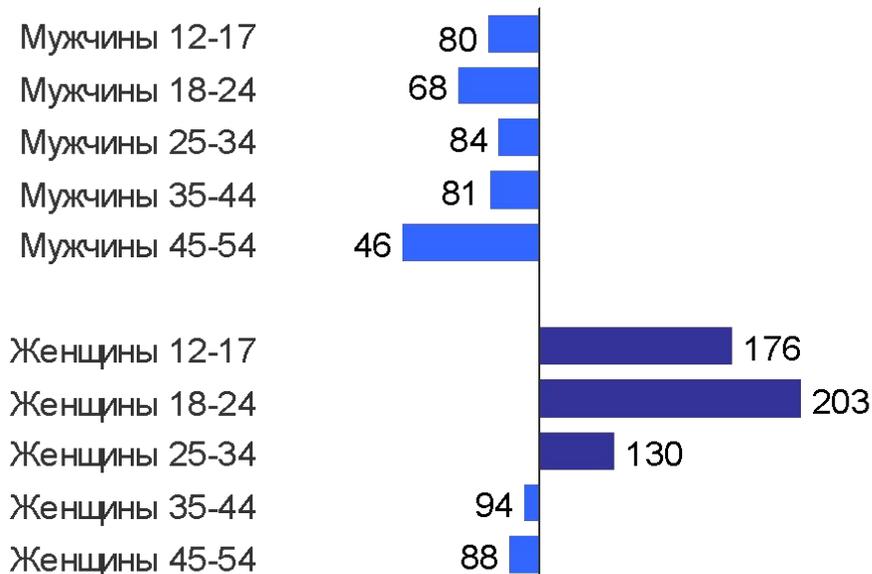
Целевые группы аудитории Cosmo.ru, Affinity Index.

(Россия 100 000+, Август 2011)

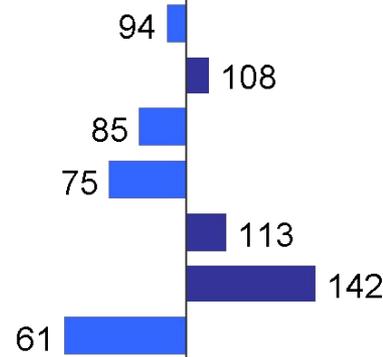
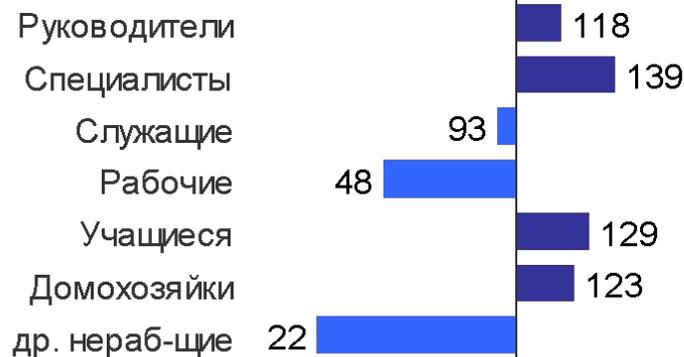
По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %)

к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

Целевые группы аудитории Cosmo.ru, Affinity Index.

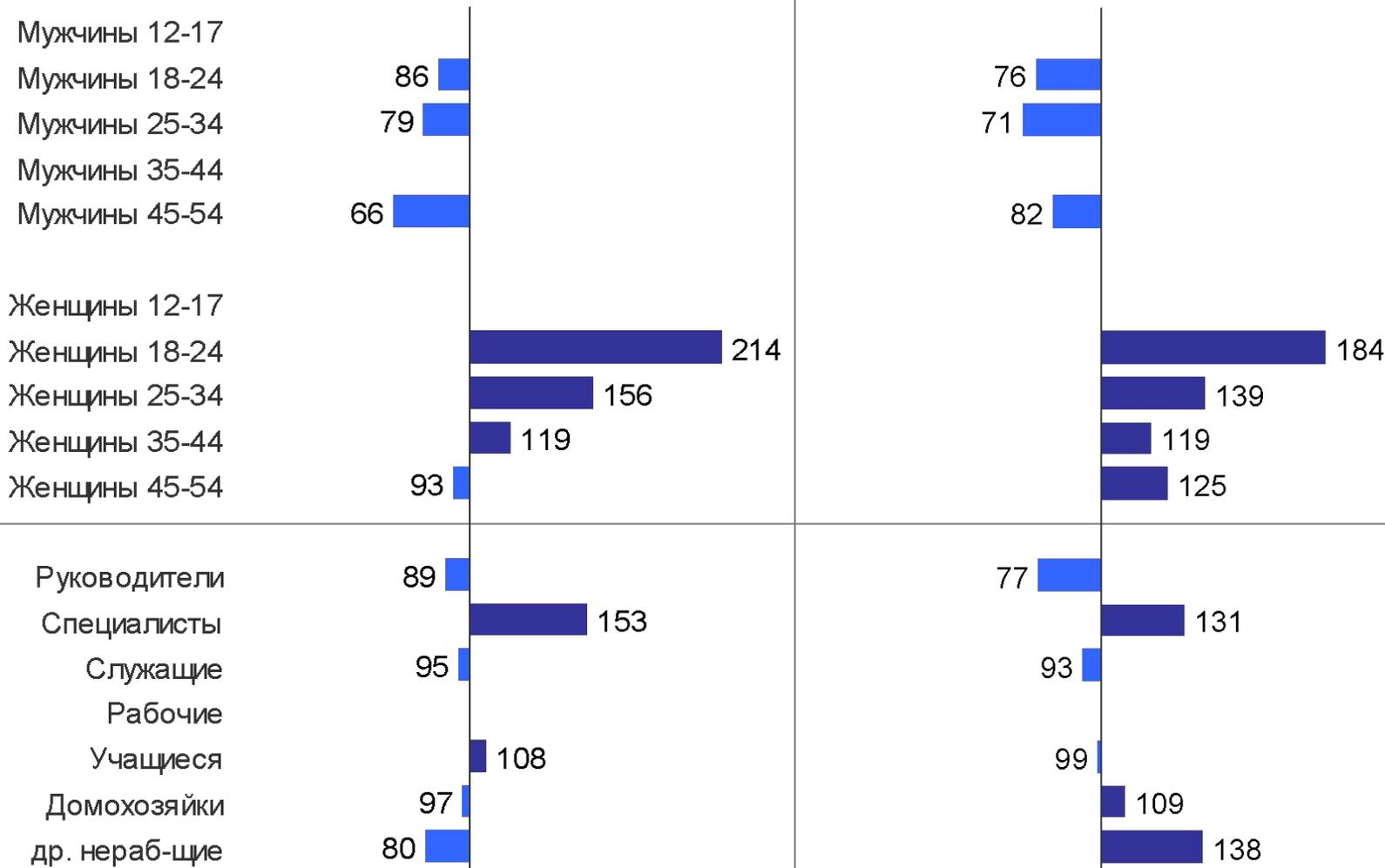
(Москва, Август 2011)

По отношению к населению Москвы 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ

РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %)

к ее доле в населении Москвы 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

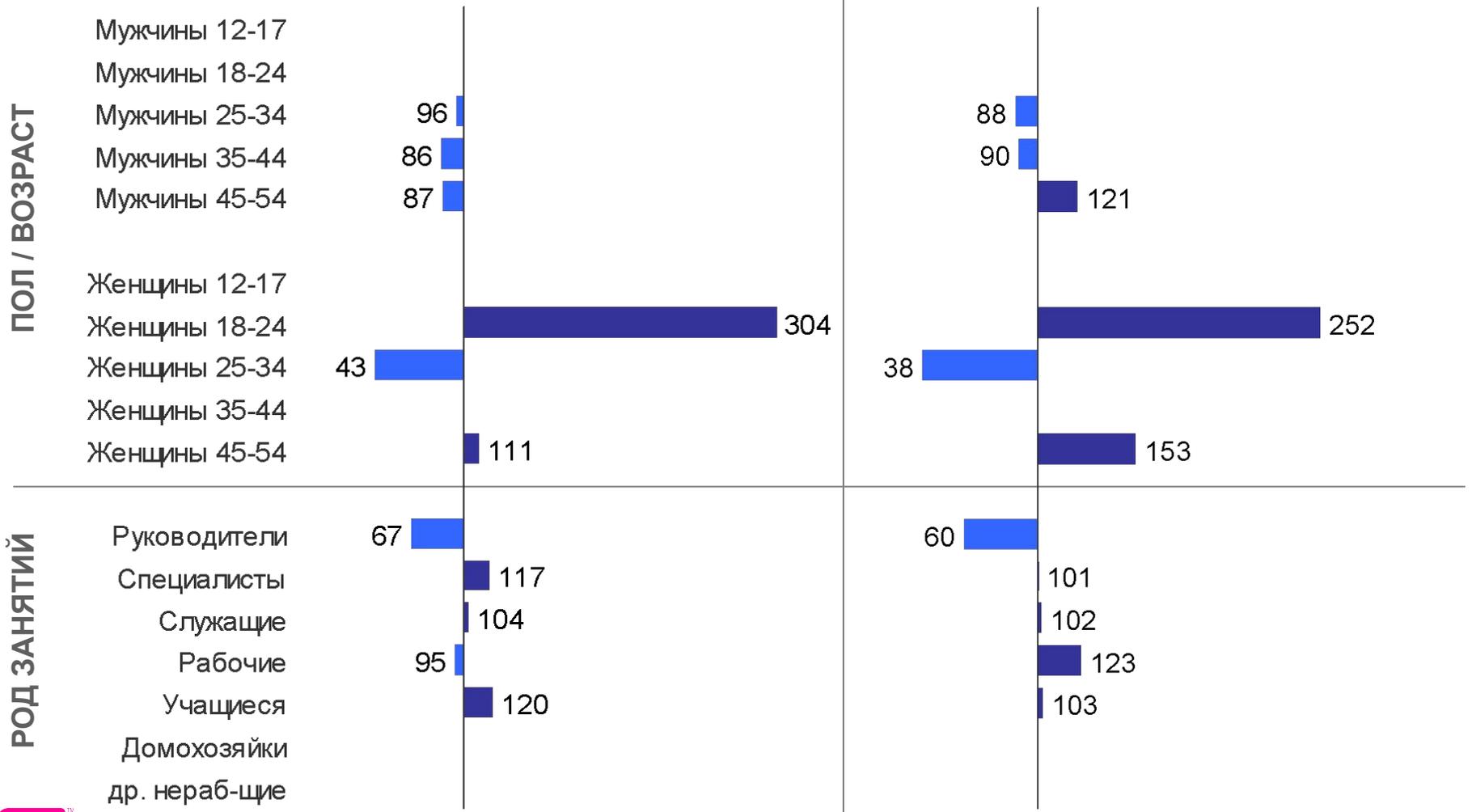


Целевые группы аудитории Cosmo.ru, Affinity Index.

(С.-Петербург, Август 2011)

По отношению к населению С.-Петербурга 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении С.-Петербурга 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

Целевые группы аудитории Cosmo.ru, Affinity Index.

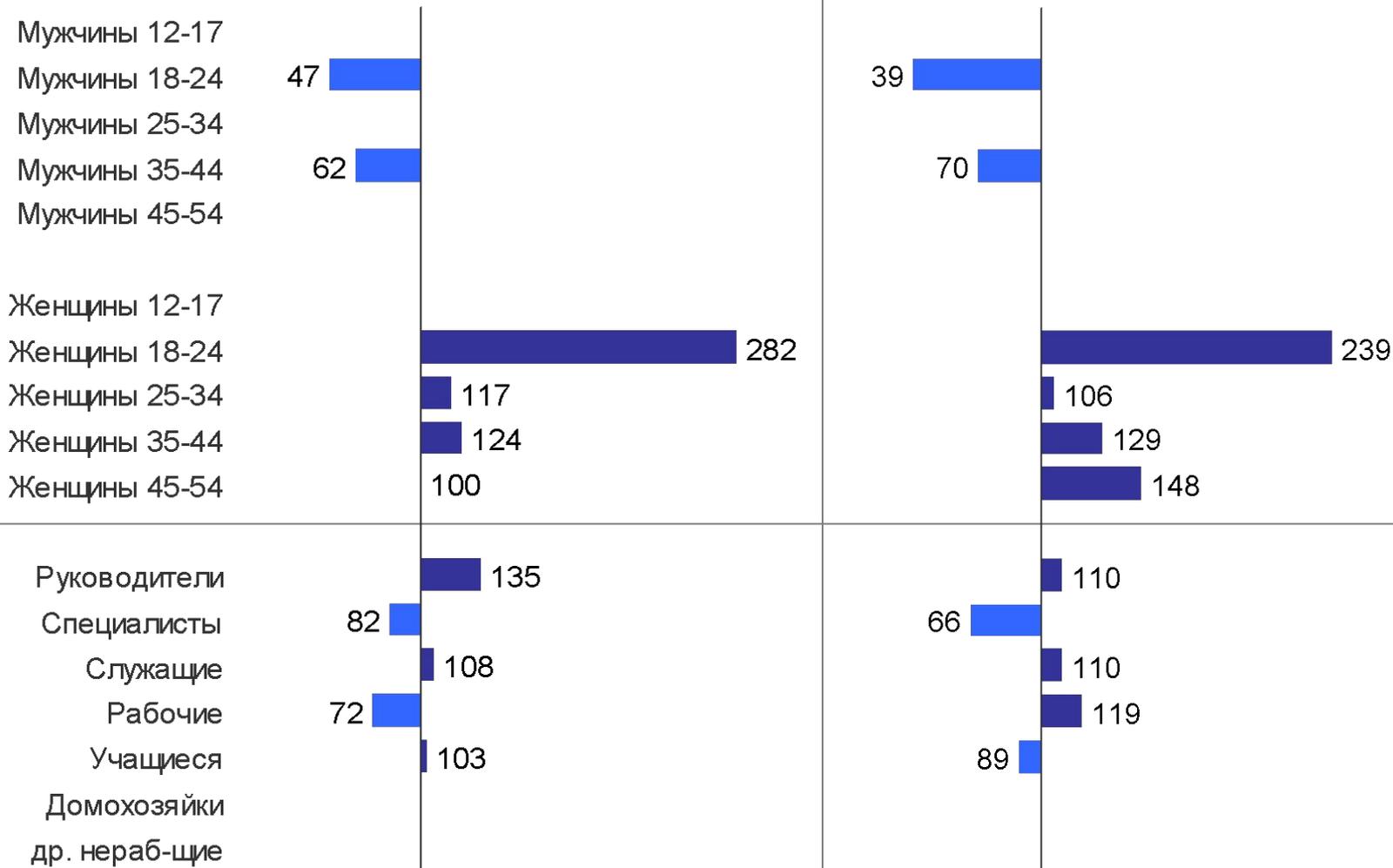
(Екатеринбург, Август 2011)

По отношению к населению Екатеринбурга 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ

РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении Екатеринбурга 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

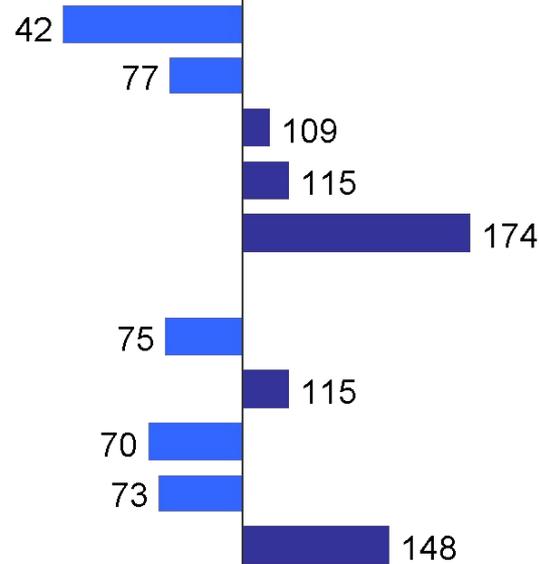
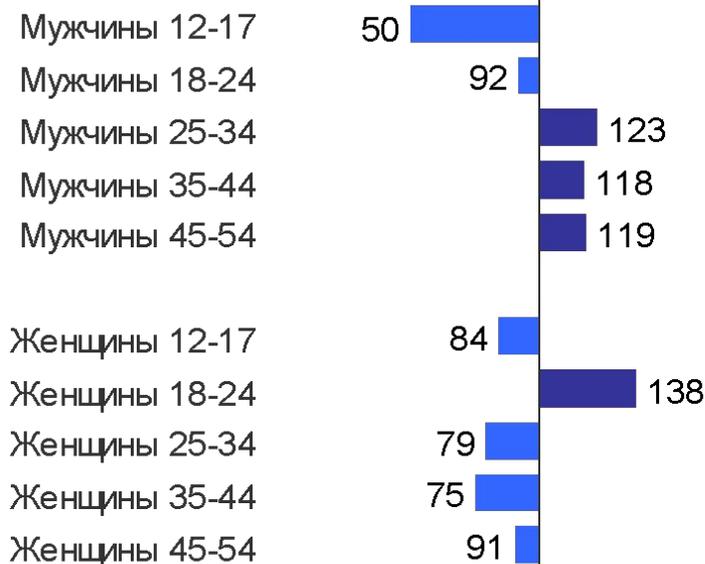
Целевые группы аудитории RB.ru, Affinity Index.

(Россия 100 000+, Август 2011)

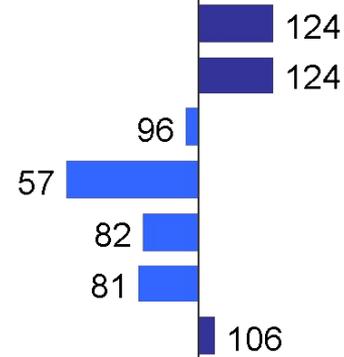
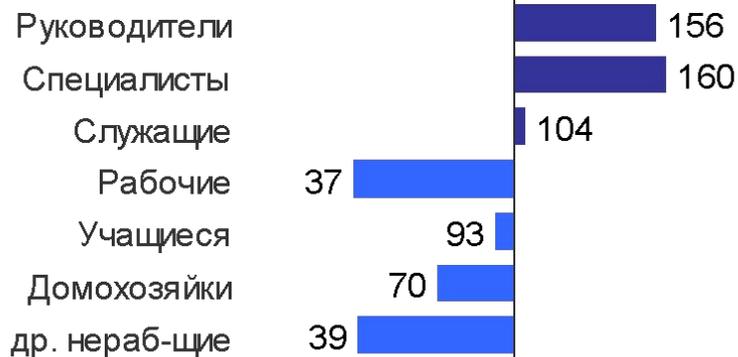
По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

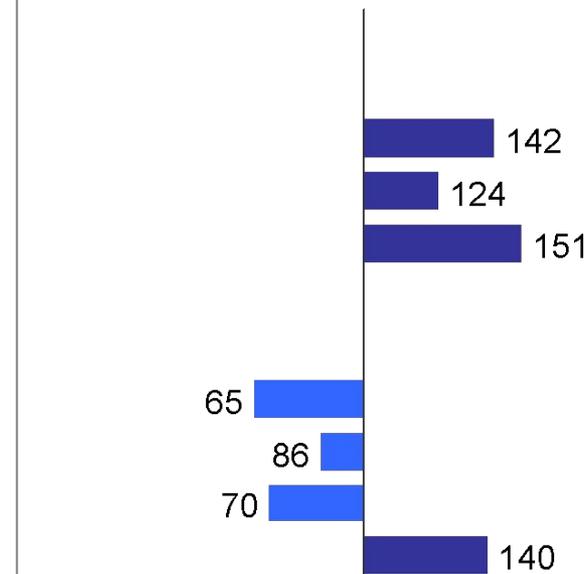
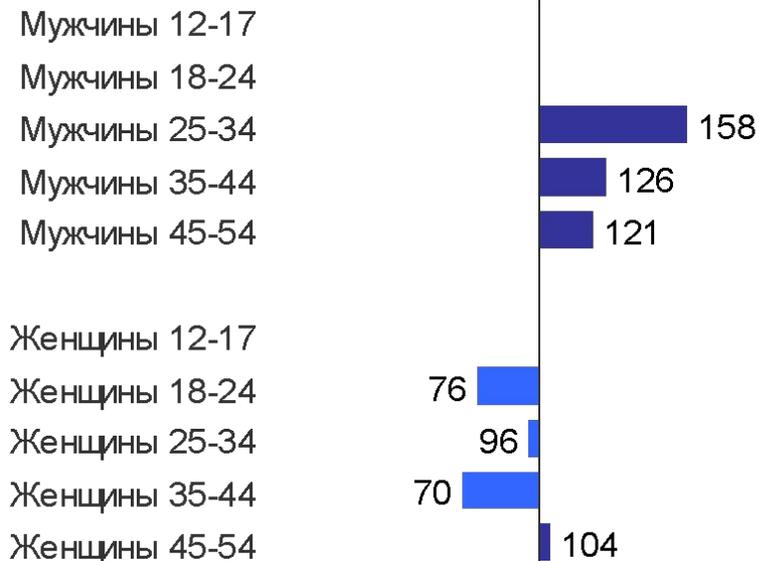
Целевые группы аудитории RB.ru, Affinity Index.

(Москва, Август 2011)

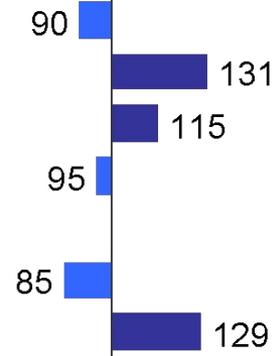
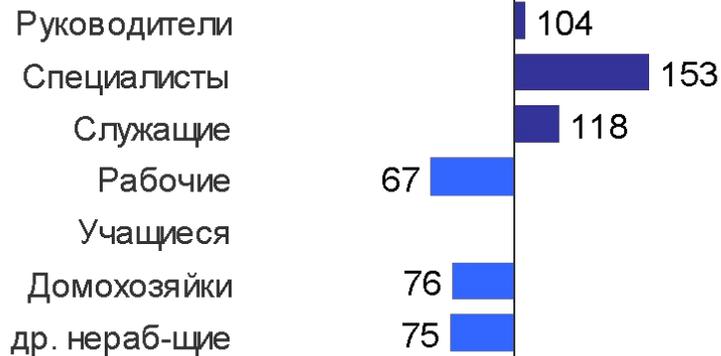
По отношению к населению Москвы 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %)

к ее доле в населении Москвы 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

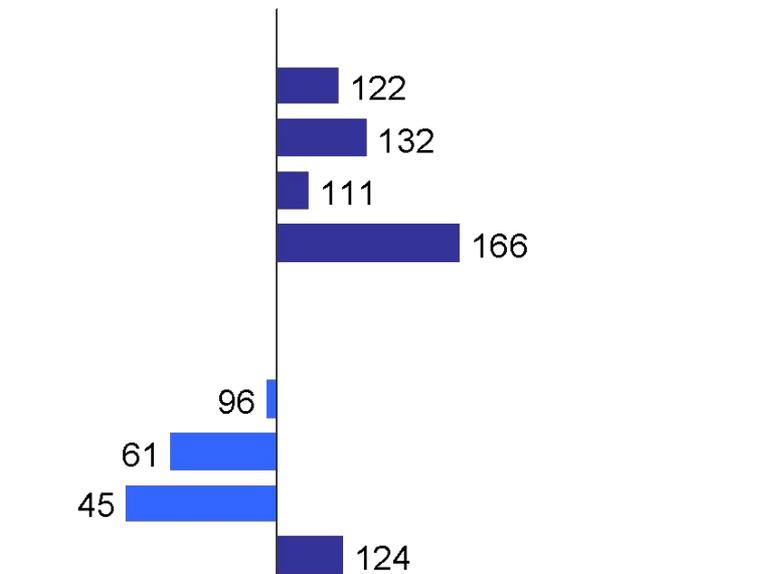
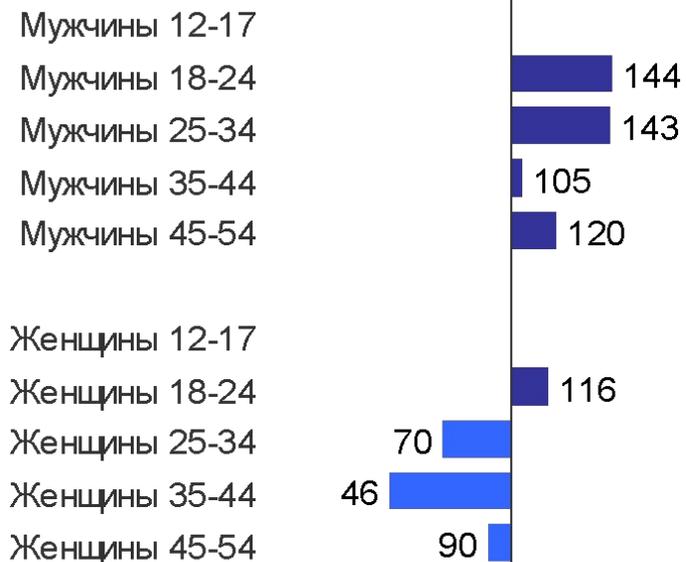
Целевые группы аудитории RB.ru, Affinity Index.

(С.-Петербург, Август 2011)

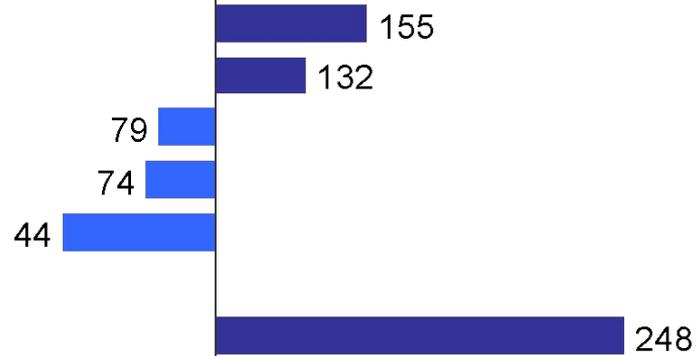
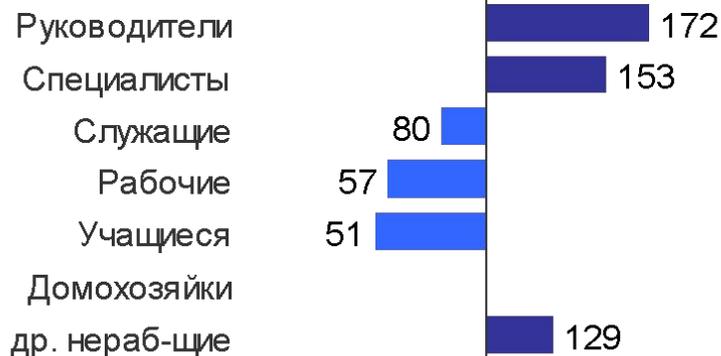
По отношению к населению С.-Петербурга 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении С.-Петербурга 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

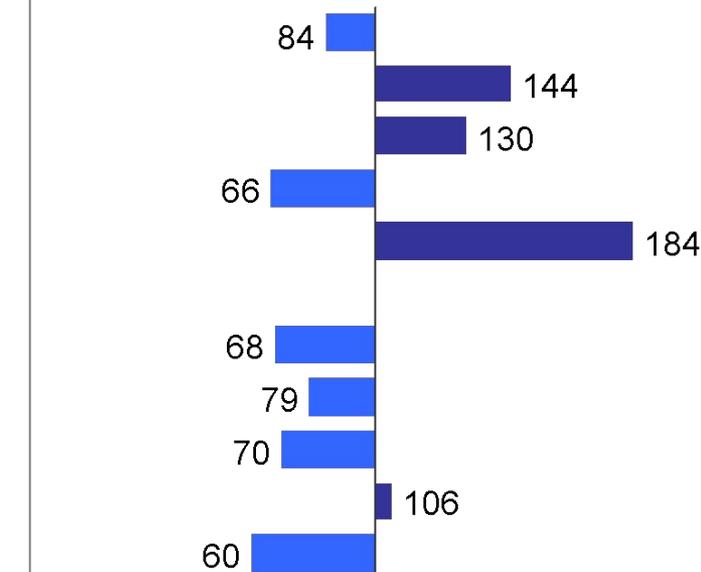
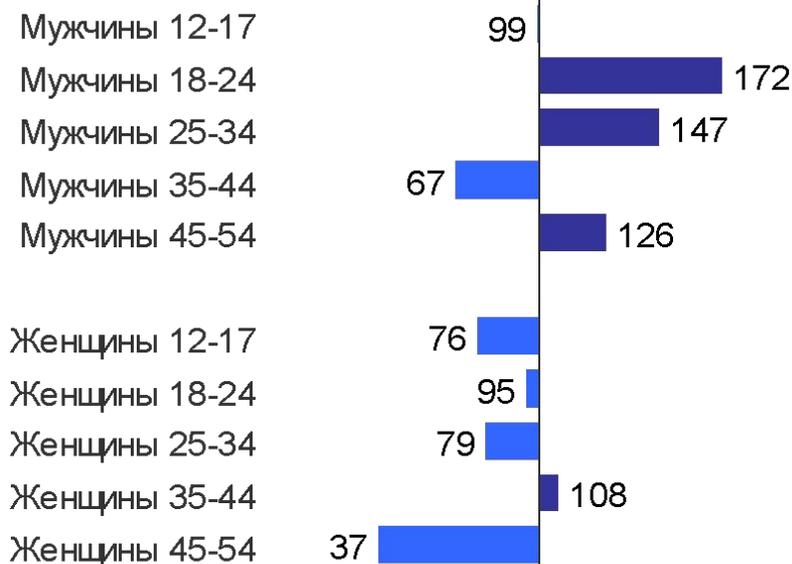
Целевые группы аудитории Webpark.ru, Affinity Index.

(Россия 100 000+, Август 2011)

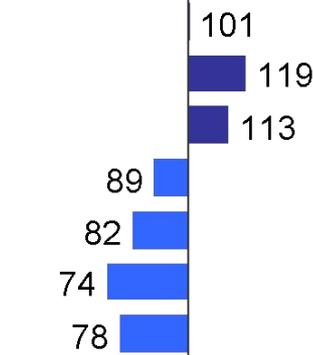
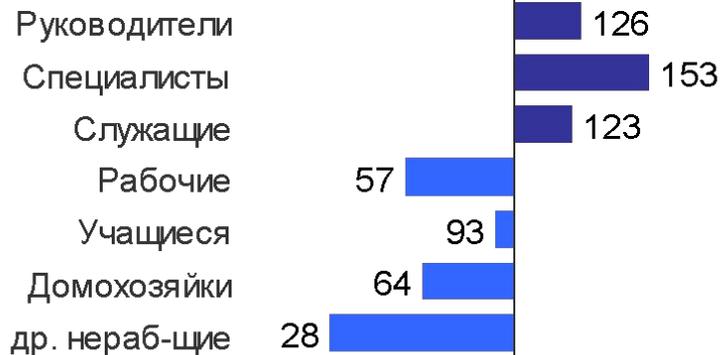
По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %)

к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

Целевые группы аудитории Webpark.ru, Affinity Index.

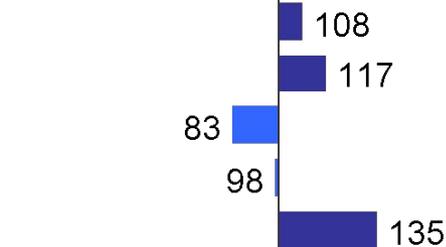
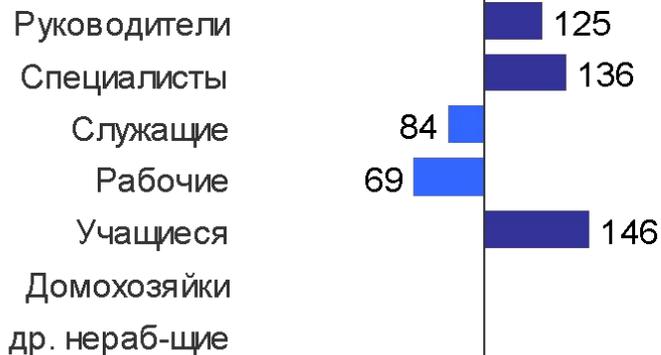
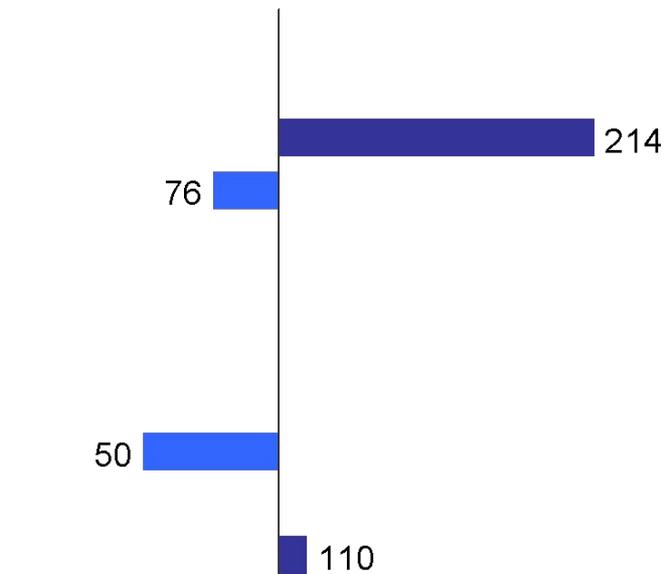
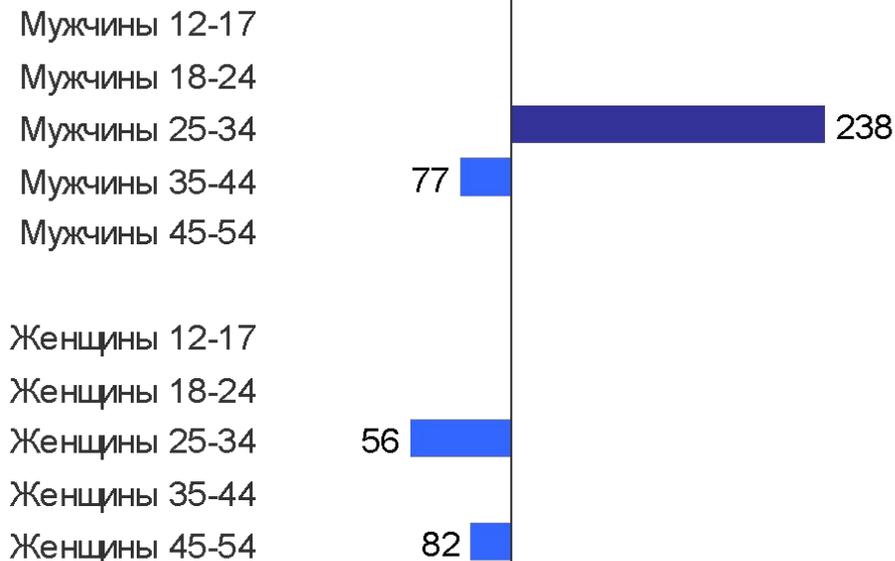
(Москва, Август 2011)

По отношению к населению Москвы 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ

РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении Москвы 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

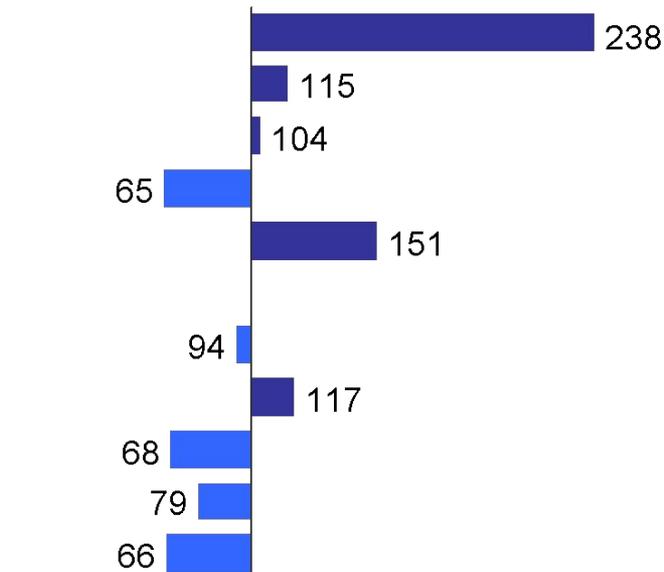
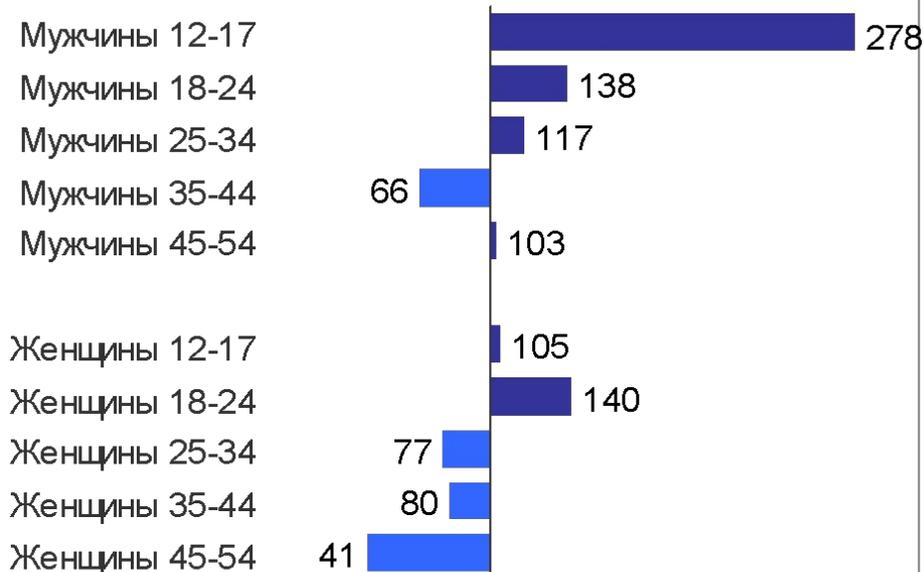
Целевые группы аудитории Mhealth.ru, Affinity Index.

(Россия 100 000+, Август 2011)

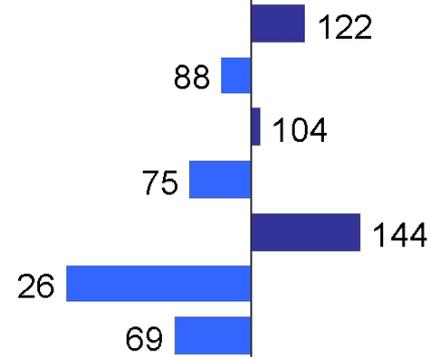
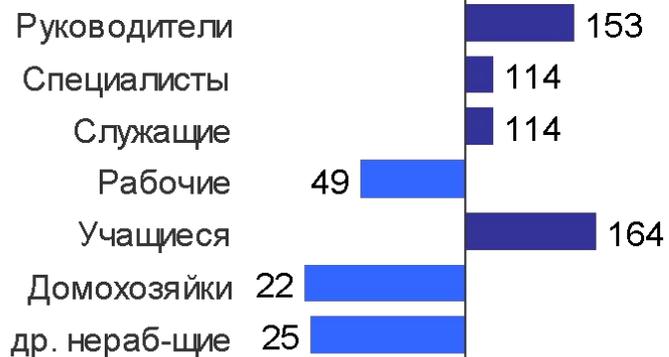
По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

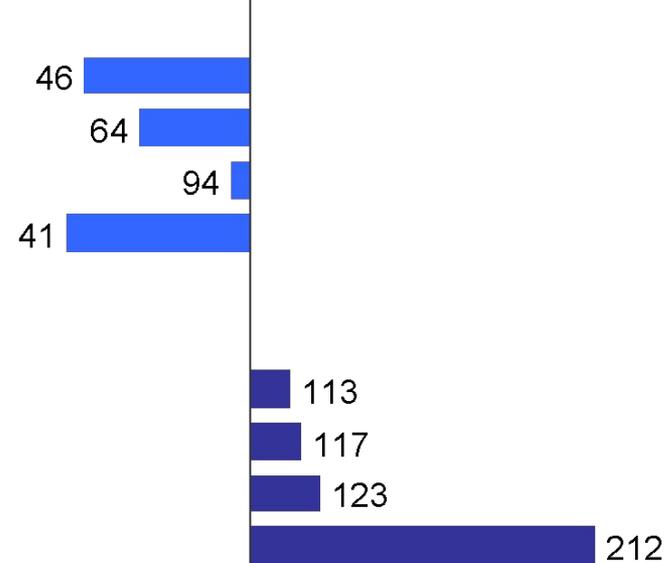
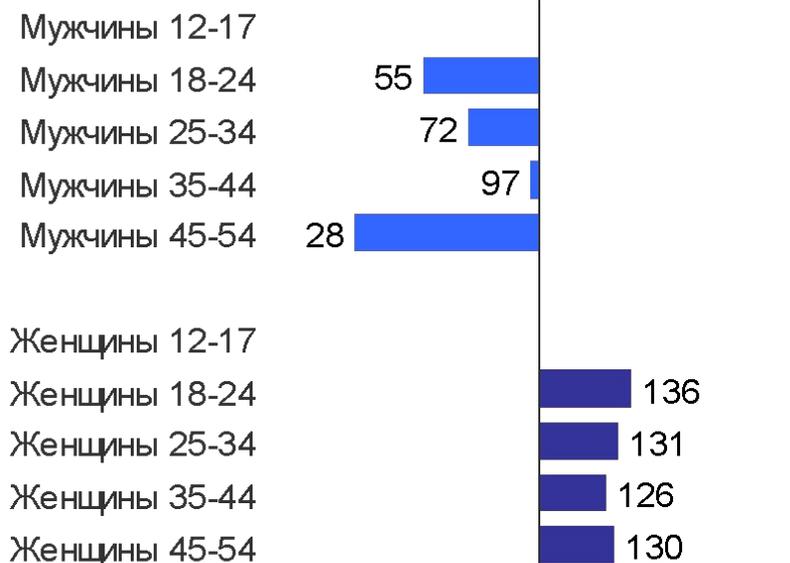
Целевые группы аудитории Goodhouse.ru, Affinity Index.

(Россия 100 000+, Август 2011)

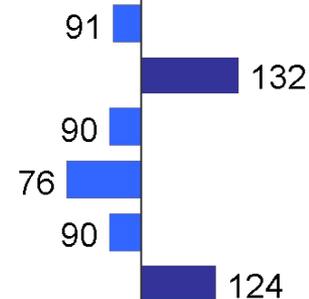
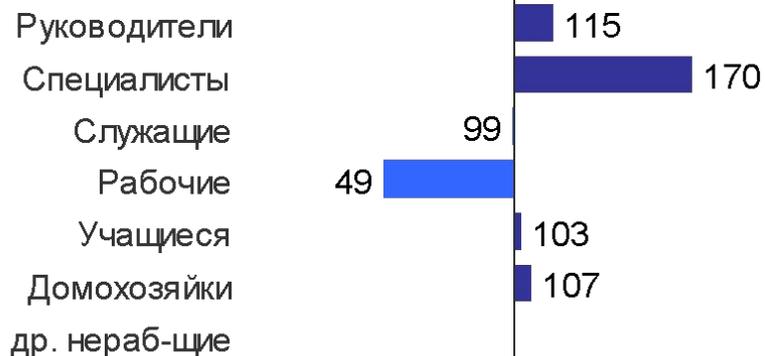
По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %)

к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

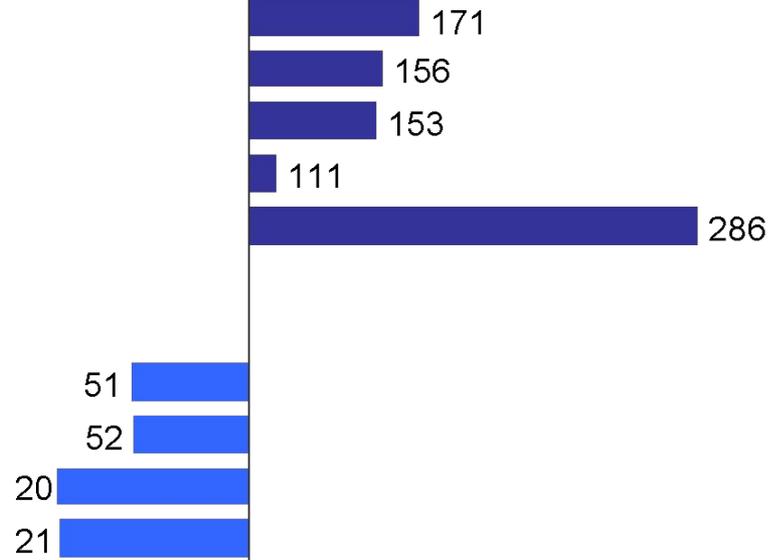
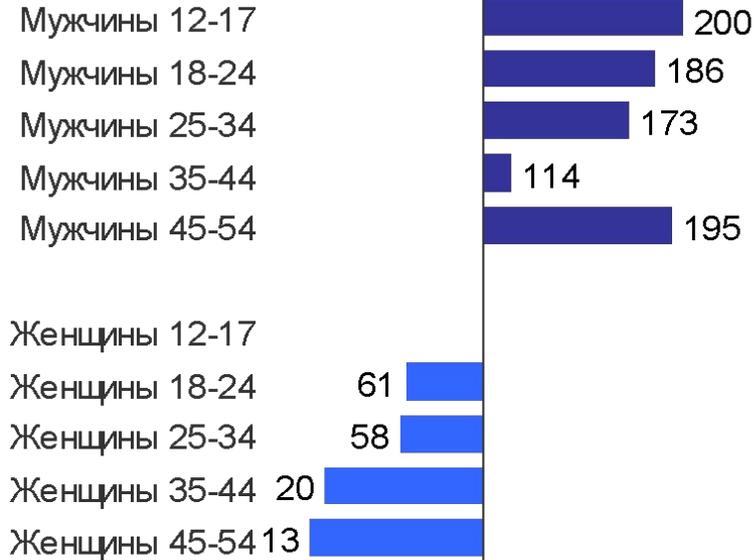
Целевые группы аудитории Popmech.ru, Affinity Index.

(Россия 100 000+, Август 2011)

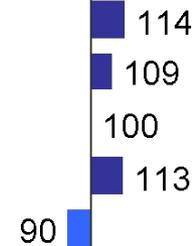
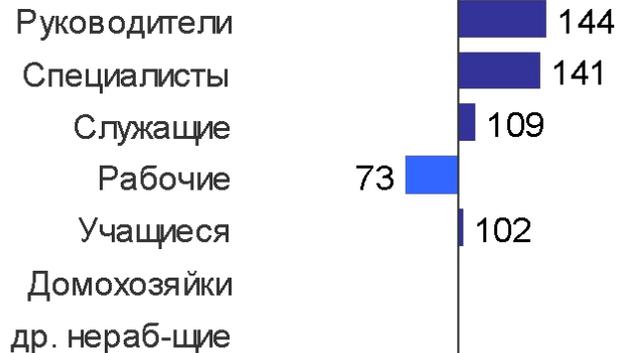
По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

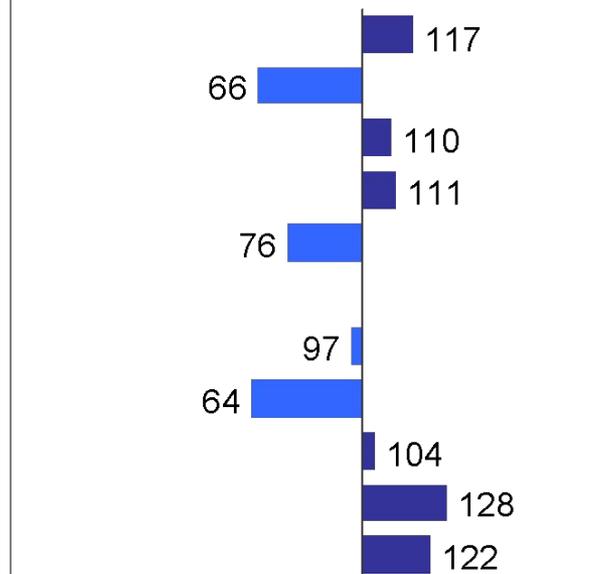
Целевые группы аудитории Ameno.ru, Affinity Index.

(Россия 100 000+, Август 2011)

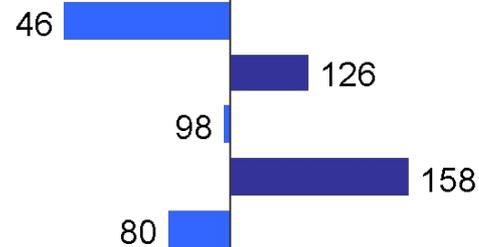
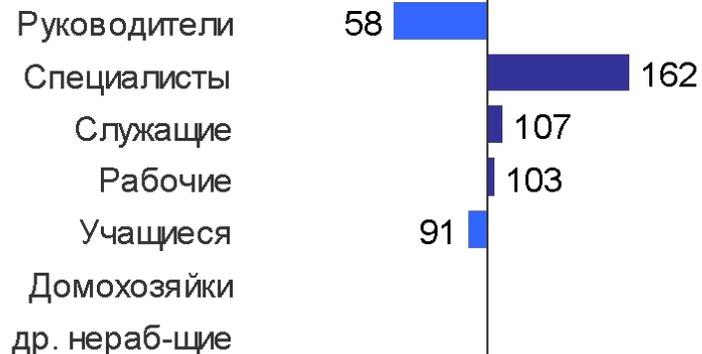
По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ



РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %) к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

Целевые группы аудитории Seemore.ru, Affinity Index.

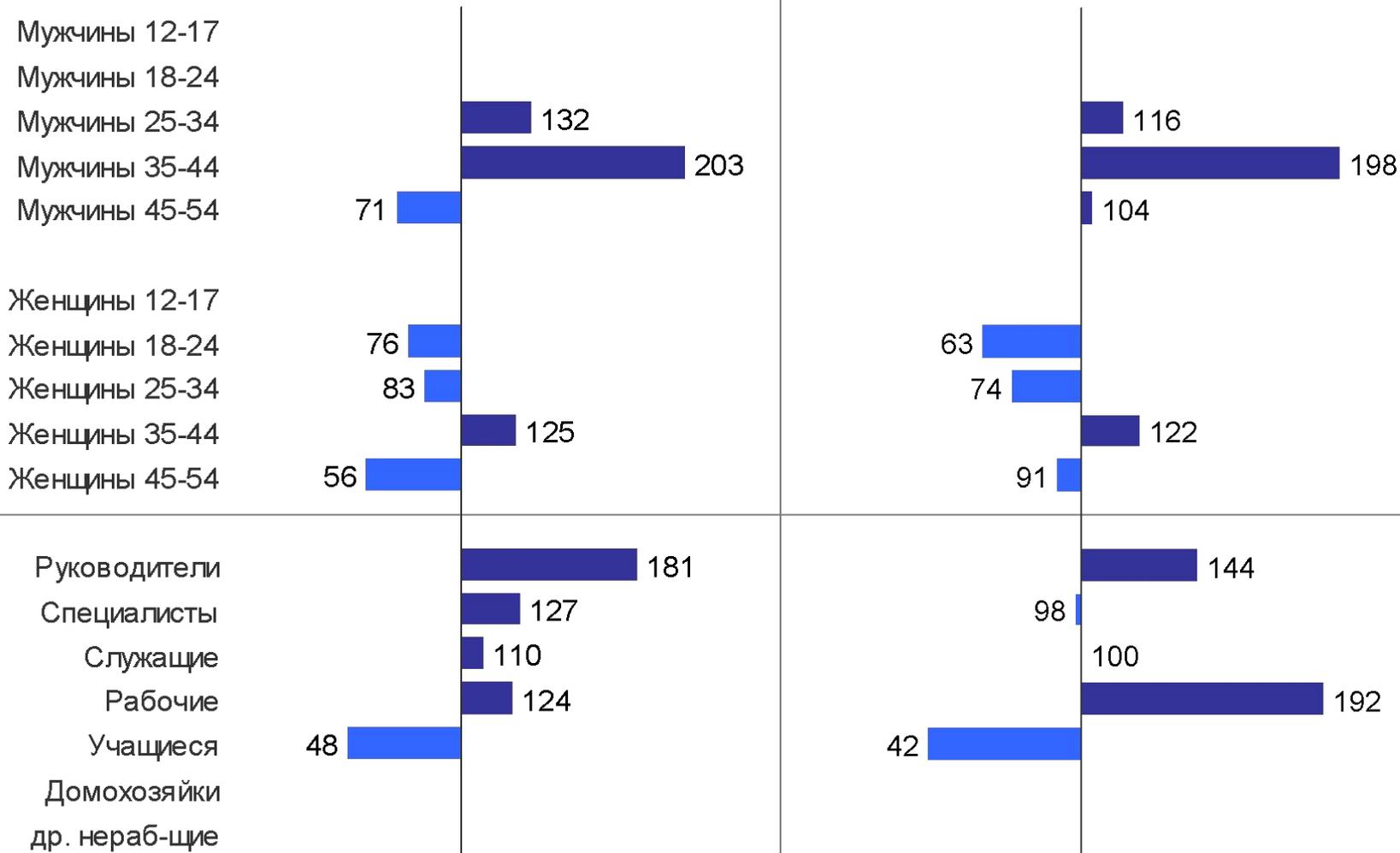
(Россия 100 000+, Август 2011)

По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54

ПОЛ / ВОЗРАСТ

РОД ЗАНЯТИЙ



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %)

к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.

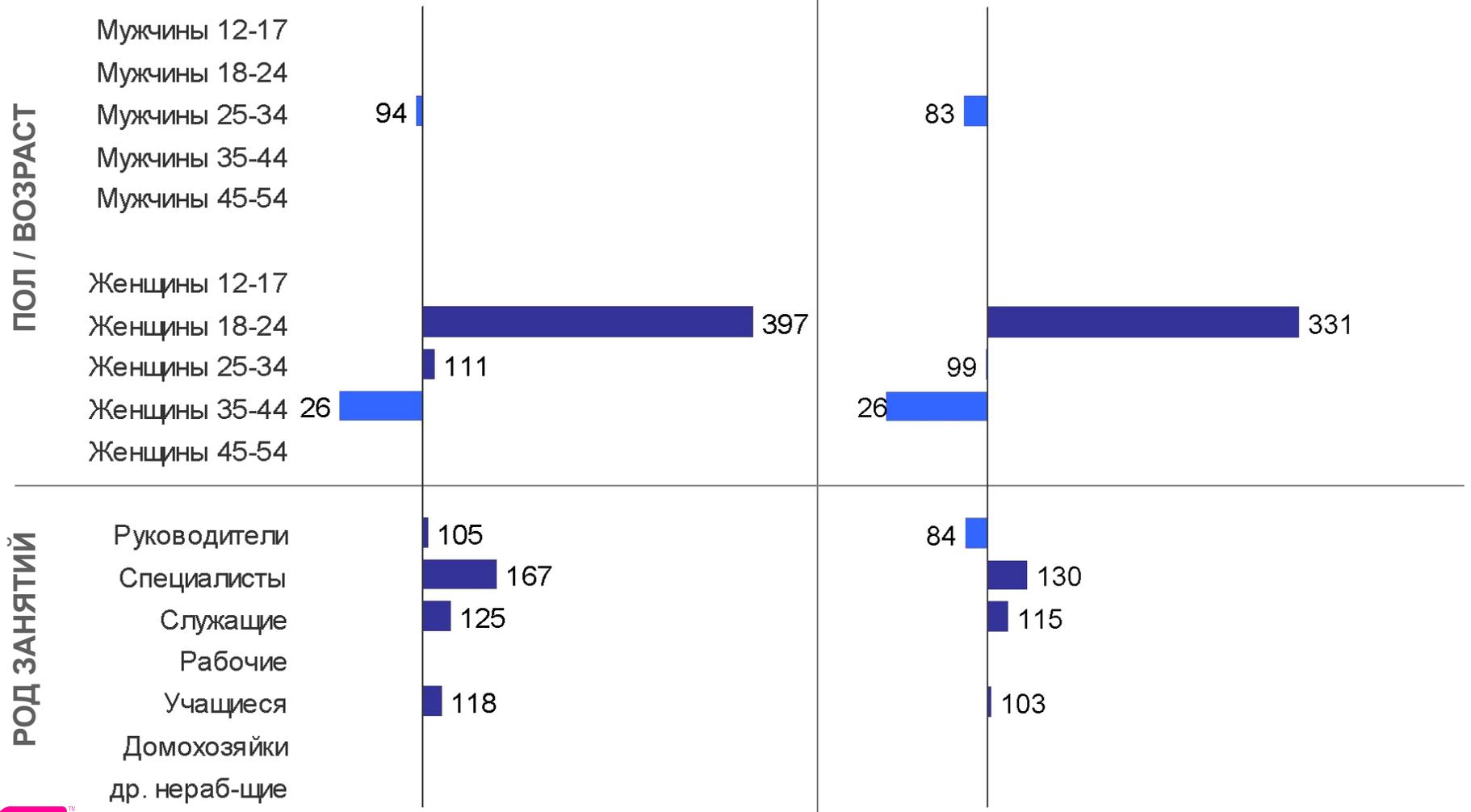


Целевые группы аудитории Wedding-magazine.ru, Affinity Index.

(Россия 100 000+, Август 2011)

По отношению к населению России 12-54

По отношению к аудитории Интернета 12-54



Affinity Index: отношение доли целевой группы в аудитории интернет-проекта за месяц (в %)

к ее доле в населении России 12-54 лет (левый график), либо к ее доле в аудитории Интернета в целом 12-54 года (в %). Среднее значение индекса = 100. Для вычисления индекса по роду занятий используется % от ответивших на этот вопрос.