

ПЕРВЫЙ В РОССИИ ШОПИНГ-ГИД. СЕТЬ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ

Я ПОКУПАЮ

Потребители премиальных брендов в различных городах России

Май 2006

**Директор департамента продвижения
Кузьменко Ия**

Привлекательность premium-рынка в крупнейших городах России

Группа А

- Екатеринбург
- Ростов-на-Дону
- Нижний Новгород
- Казань
- Самара
- Тюмень

Группа В

- Челябинск
- Пермь
- Краснодар
- Уфа

Группа С

- Омск
- Волгоград
- Воронеж
- Тольятти

Привлекательность рынка премиум в городе оценивалась комплексно:

- развитость потребительских рынков,
- численность и доходы населения,
- развитость рынка глянцевого журналов,
- рекламная активность премиального сегмента,
- рейтинг города в сети «Я покупаю».

Особенности регионального рынка глянцевого журналов

Журналы, доступные в регионах:

1. Федеральные, с общероссийским распространением
2. Локальные региональные

Отличительные особенности федерального глянца в регионах:

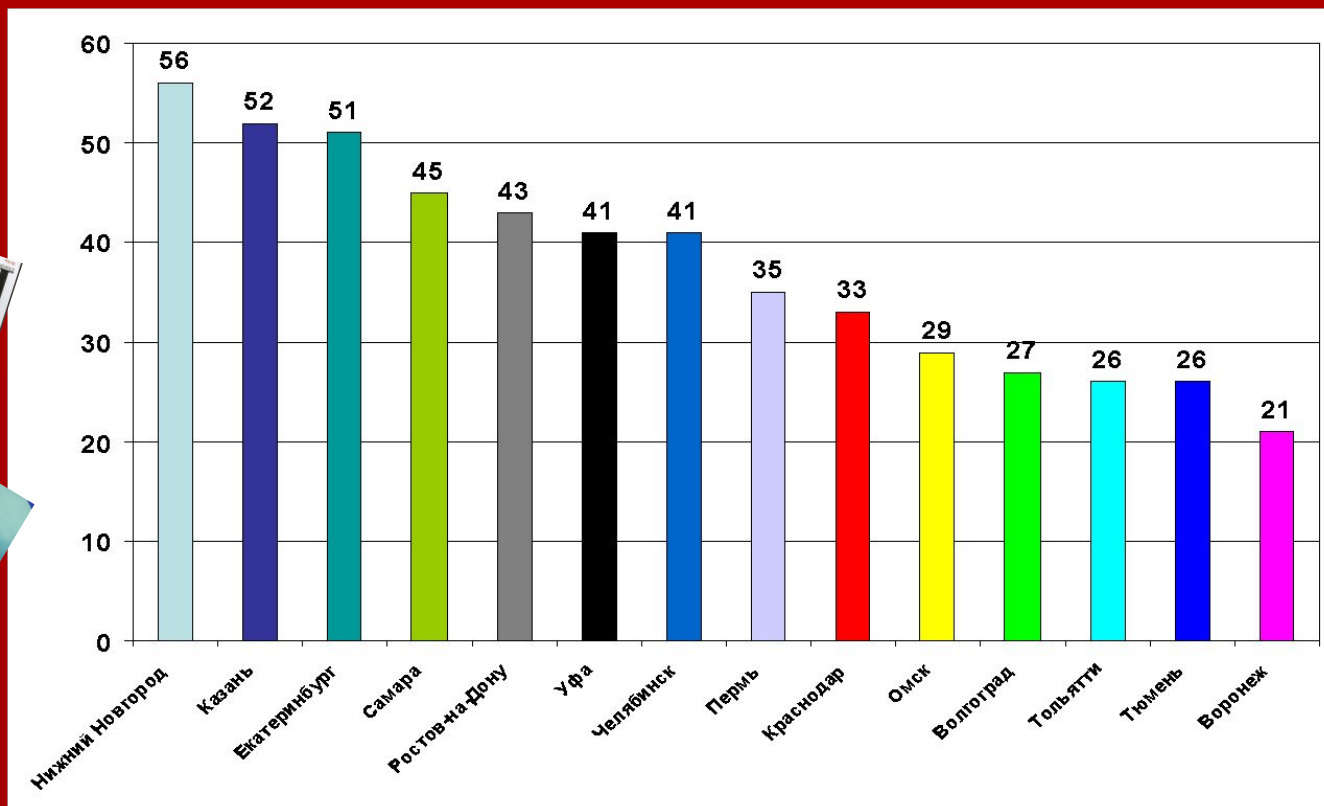
1. Высокое качество продукта (от контента до полиграфии)
2. Небольшой распространяемый тираж
3. Фокусировка на общих темах, неучет местной специфики

Особенности регионального рынка глянцевого журналов

Особенности регионального глянца:

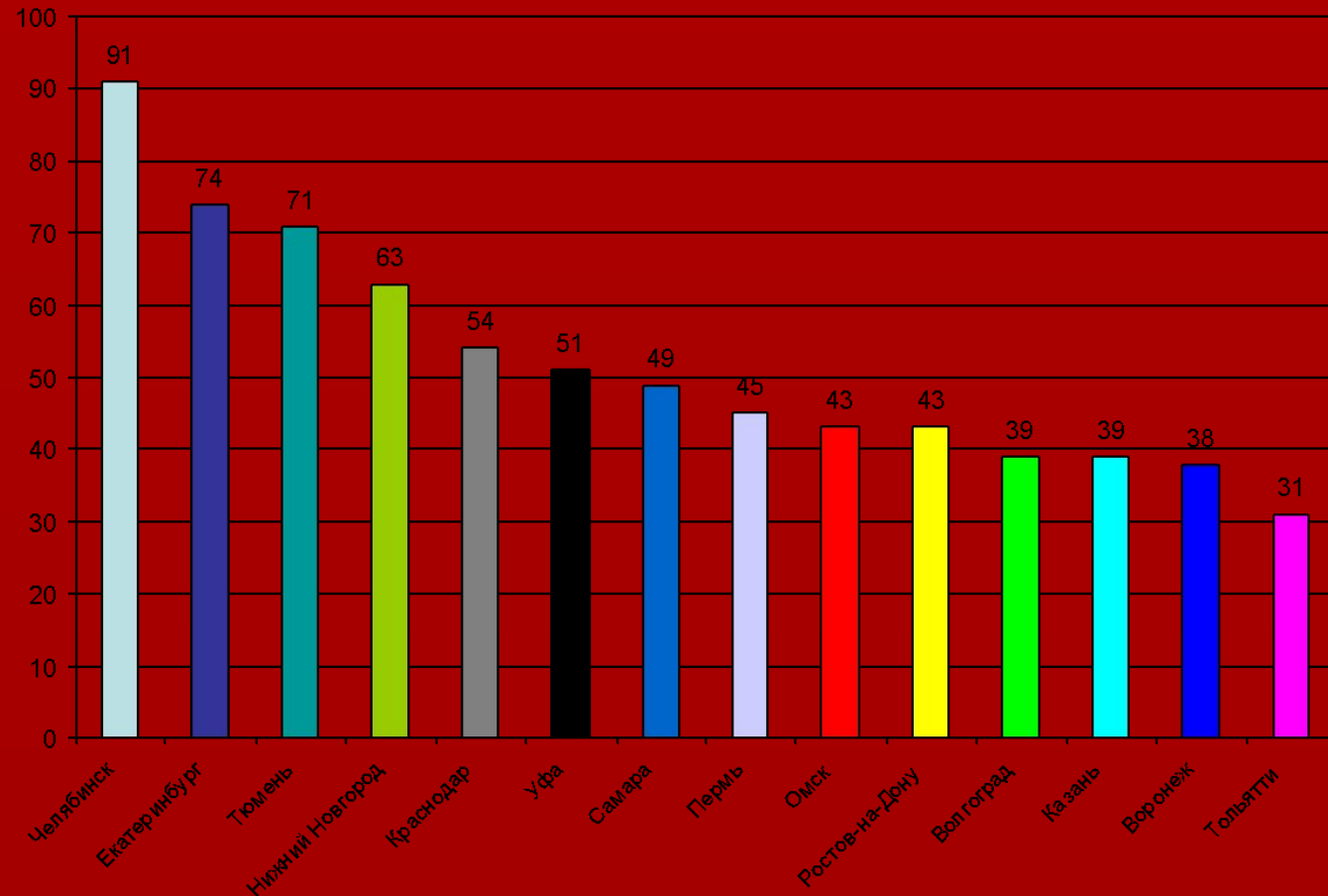
1. Журнал как «игрушка», как средство самовыражения
2. Журнал как непрофильный бизнес
3. Запуск собственного журнала как способ сэкономить свой рекламный бюджет
4. Низкое качество продукта (от контента до пре-пресса и полиграфии)
5. Отсутствие профессиональных кадров (от журналистов до менеджеров по продажам)
6. Неудача многих журналов объясняется непониманием производственного процесса при запуске журналов, неумением просчитать затраты и риски
7. Завышение тиражей
8. Ценовой демпинг
9. Небольшие рекламные бюджеты рекламодателей
10. Отсутствие рекламной политики и планирования рекламных бюджетов со стороны рекламодателей

Развитость глянцевого рынка: Количество глянцевых журналов в крупнейших городах России (шт.)



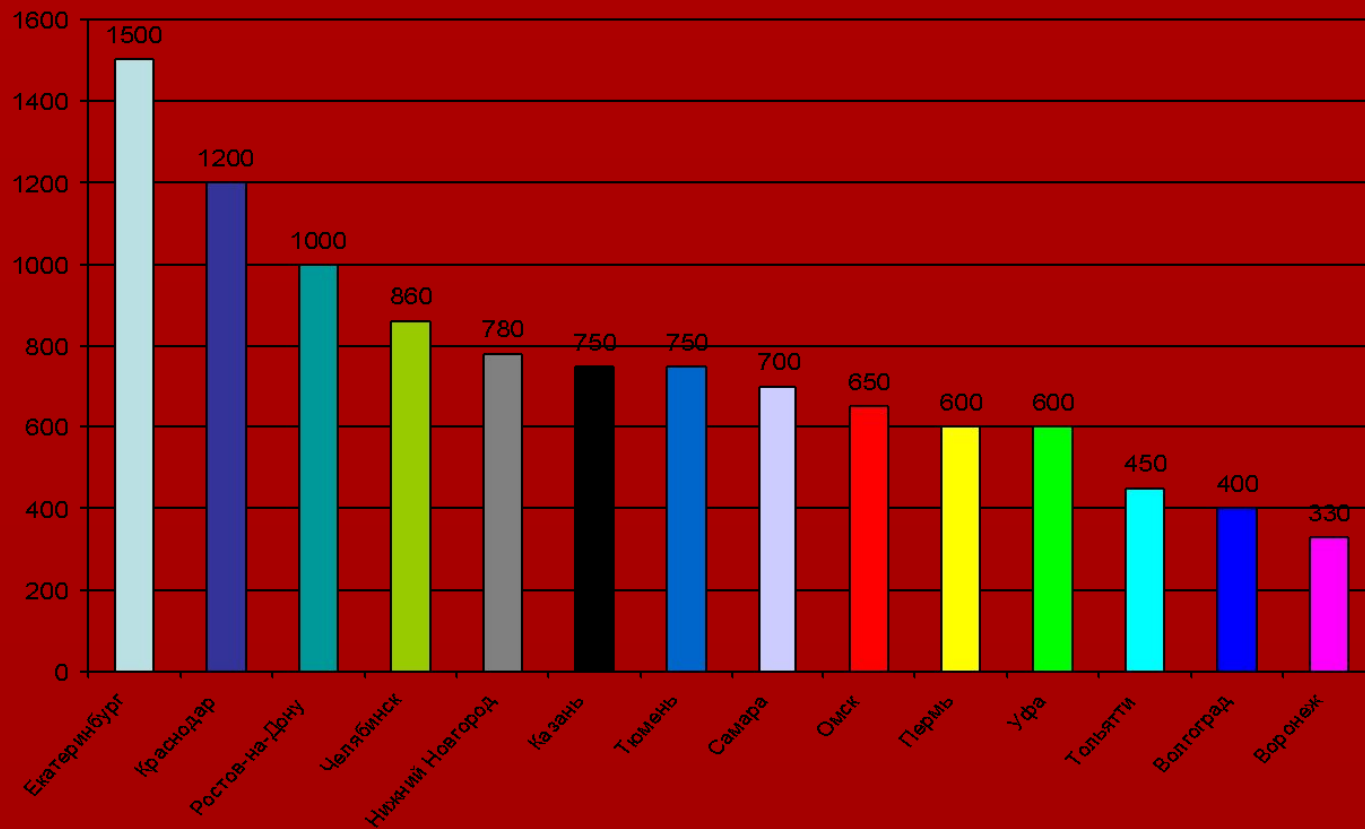
Среднее количество журналов в одном городе: около 40 шт.
 Общее количество журналов в базе «Я покупаю»: около 600 шт.
 Количество журналов в базе мониторинга рекламы: около 250 шт.

Развитость глянцевого рынка: Среднее количество рекламодателей в одном выпуске журнала (шт.)



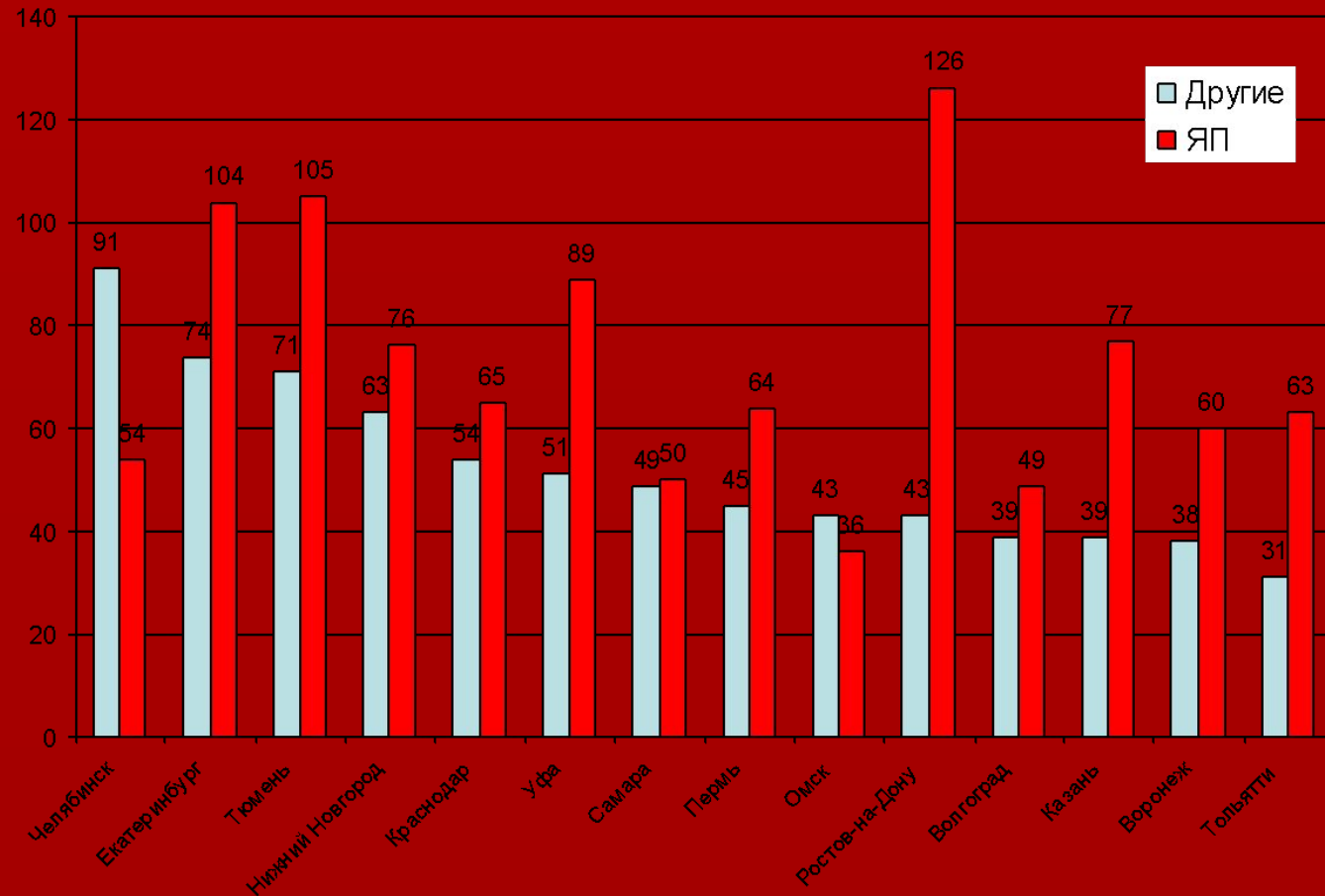
Среднее количество рекламодателей в одном номере глянцевого журнала: около 50

Развитость глянцевого рынка: Средний рекламный бюджет одного глянцевого журнала (тыс.руб./мес.)



Средний рекламный бюджет глянцевого журнала:
около 800 тыс.руб./мес. (\$29 тыс.)

Развитость глянцевого рынка: Среднее количество рекламодателей в одном выпуске журнала (шт.)



Среднее количество рекламодателей в одном номере глянцевого журнала: около 50

Тенденции дальнейшего развития

1. **Возрастающий интерес федеральных рекламодателей к регионам**
2. **Дальнейший рост регионального глянцевого рынка (рекламные бюджеты + кол-во журналов)**
3. **Возрастающий интерес федерального глянца к региональной рекламе**
4. **Рост сетевых проектов**
5. **Появление все большего числа местных нишевых, специализированных журналов**
6. **Рост числа качественных журнальных проектов**
7. **Рост спроса на аутсорсинг при выпуске журналов**