

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:

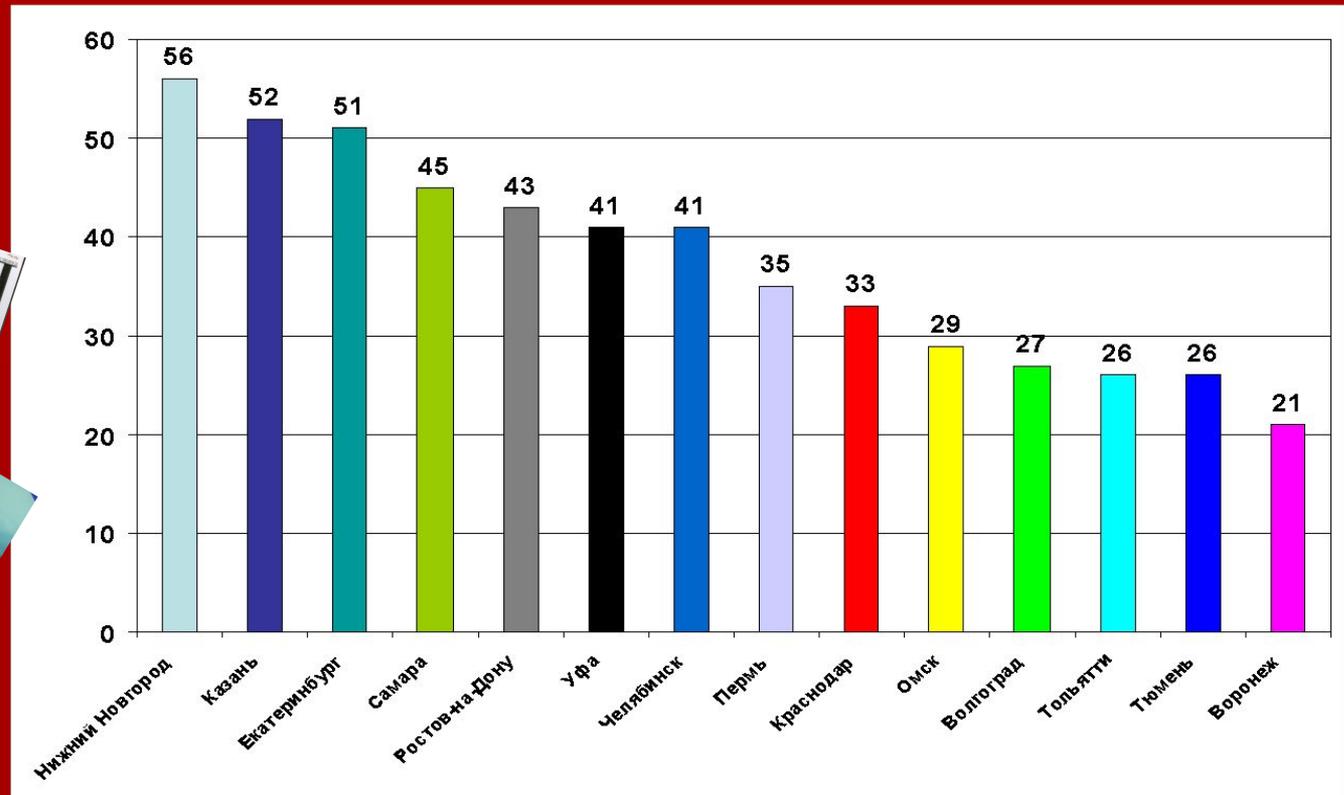
1. Высокое качество продукта (от контента до полиграфии)
2. Небольшой распространяемый тираж
3. Фокусировка на общих темах, неучет местной специфики

# Особенности регионального рынка глянцевого журналов

## Особенности регионального глянца:

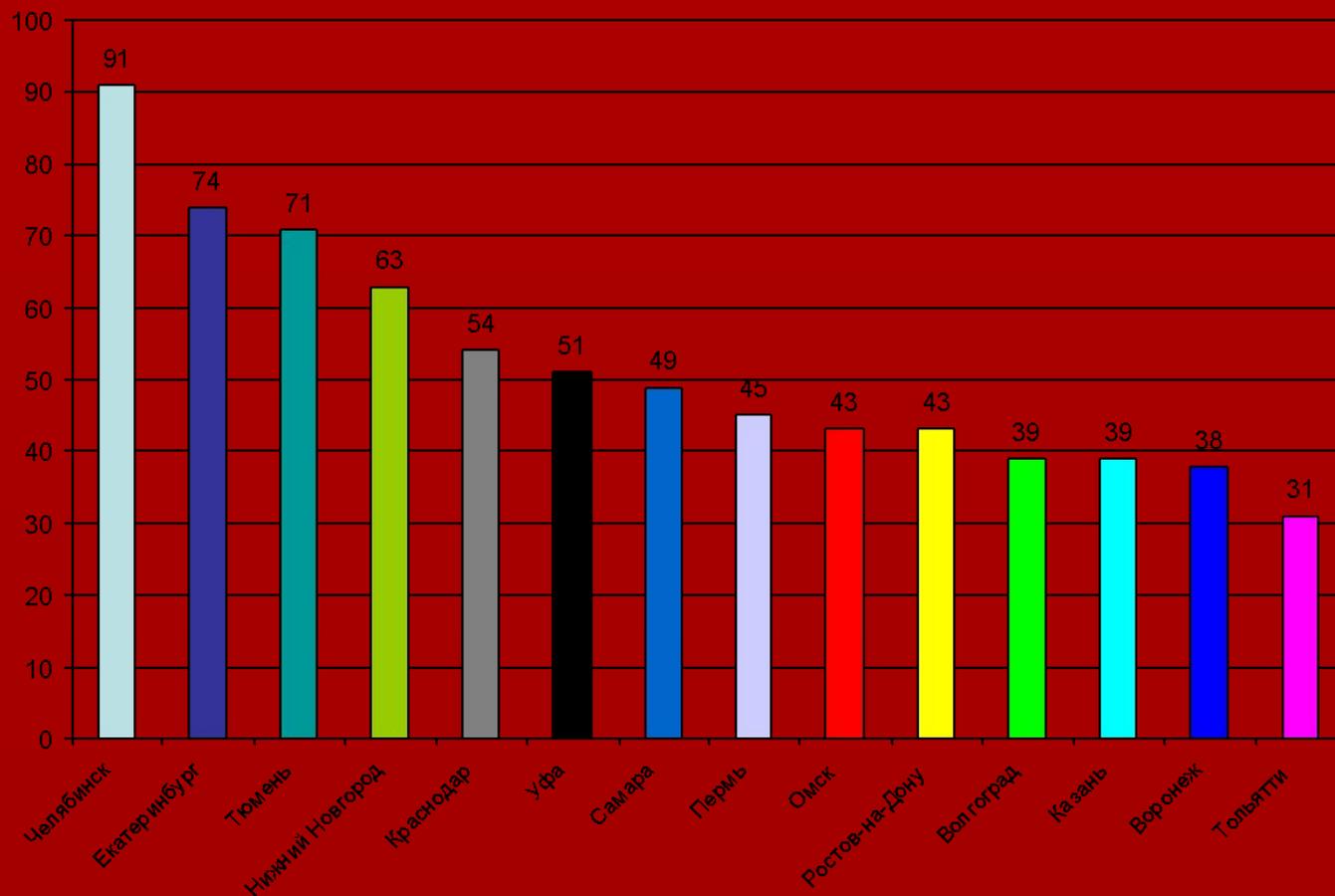
1. Журнал как «игрушка», как средство самовыражения
2. Журнал как непрофильный бизнес
3. Запуск собственного журнала как способ сэкономить свой рекламный бюджет
4. Низкое качество продукта (от контента до пре-пресса и полиграфии)
5. Отсутствие профессиональных кадров (от журналистов до менеджеров по 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.)



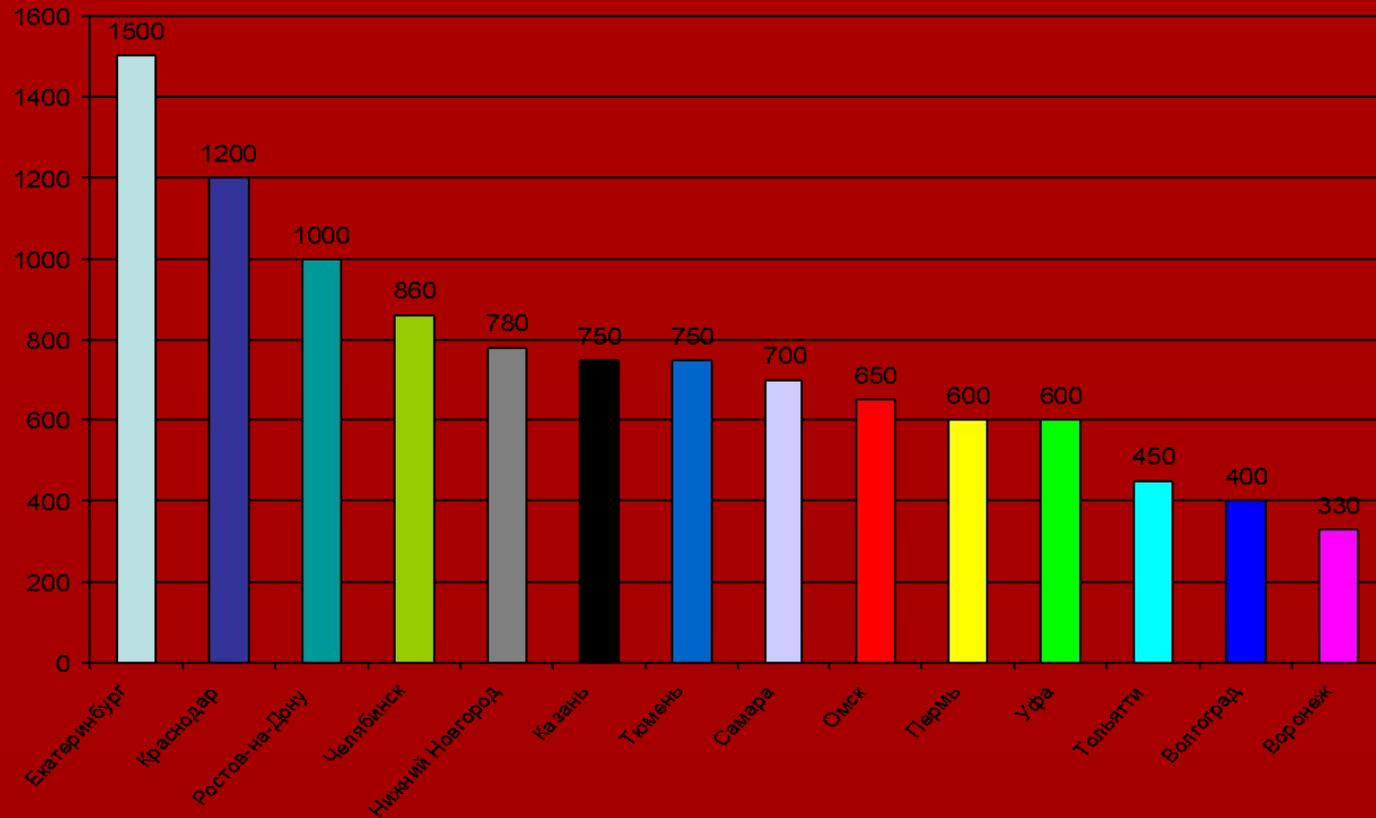
Среднее количество журналов в одном городе: около 40 шт.  
 Общее количество журналов в базе «Я покупаю»: около 600 шт.  
 Количество журналов в базе мониторинга рекламы: около 250 шт.

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



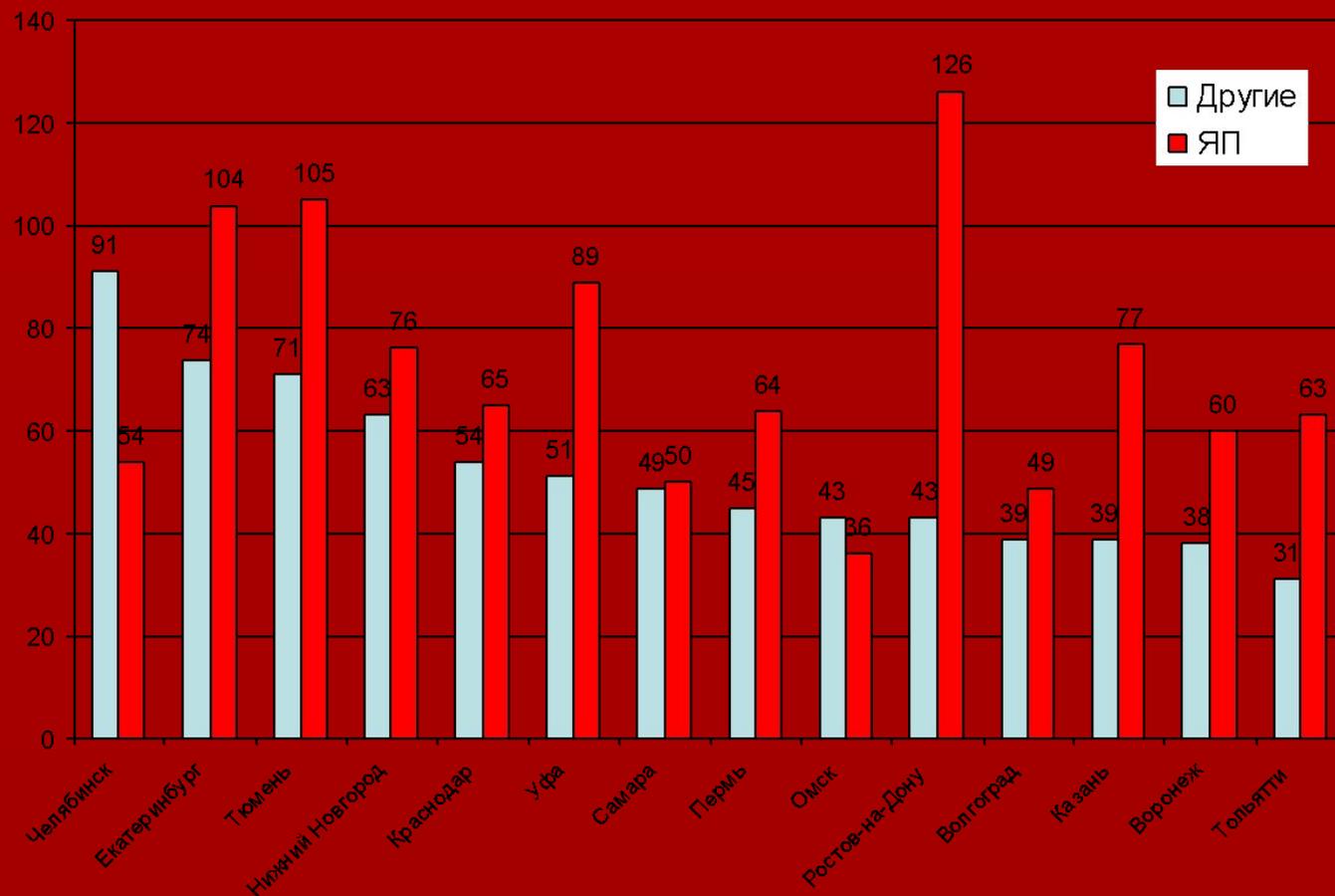
Среднее количество рекламодателей в одном номере глянцевого журнала: около 50

# 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**