

Журнал для Вас и Вашего бизнеса

антенна
телесемь

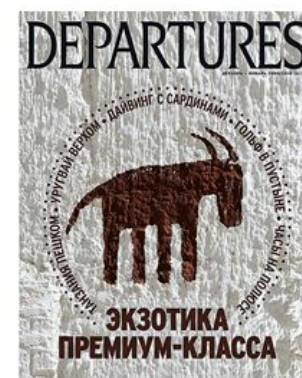
общенациональный городской телегид

антенна
телесемь

Издательский дом

НАСЧЕТТЕ
FILIPASCHII
SHKULEV

ИНТЕРМЕДИАГРУП



Эффективный рекламоноситель на рынке России

*Рекламоноситель №1



Аудитория одного номера
11 080 030 (19.2%) человек

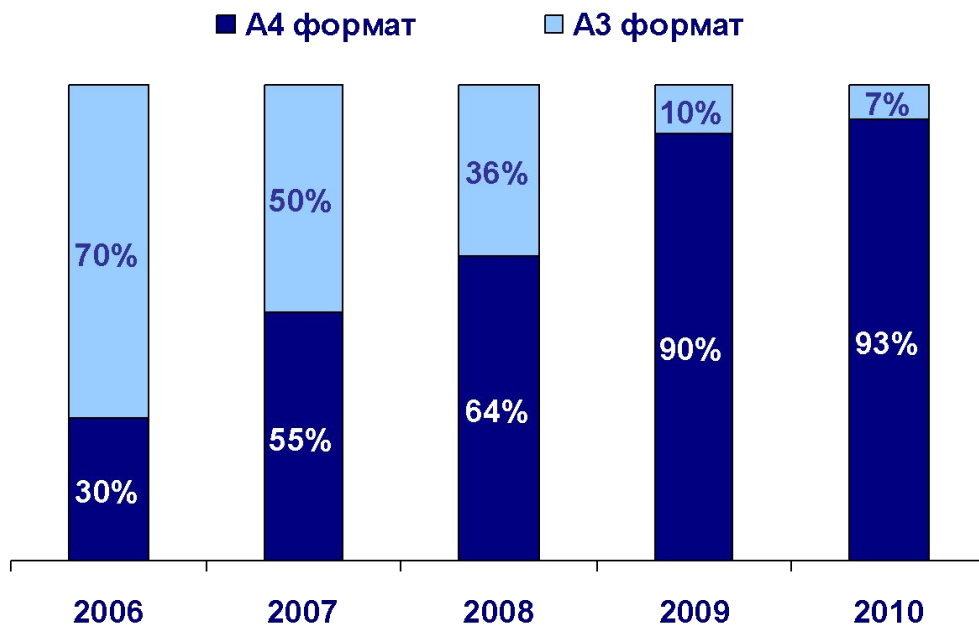
Аудитория за полгода
23 828 810 (41.2%) человек

Лояльная аудитория**
7 985 760 (82.8%) человек

93% тиража нашего издания выходит в А4 формате

От газеты к журналу

Динамика роста тиража журнального формата А4, 2006-2010 гг.



ТОП 10 игроков на рынке России



Аудитория одного номера

11 080 030 (19,2%)

Млн. чел (%)

АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ

7,68
(13,3%)

Зарулем

7,60
(13,1%)

COSMOPOLITAN

6,89 (11,9%)

ТЕЛЕ
ПРОГРАММА

5,60
(9,7%)

777

5,35
(9,3%)

КОНСОМЛЬСКАЯ
ПРАВДА!

5,26
(9,1%)

СВОКРУГ
СВЕТА

4,86
(8,4%)

ТЕЛЕ
НЕДЕЛЯ

4,82
(8,3%)

КАРАВАН
истории

4,27
(7,4%)

Для сравнения:

Рейтинг х/ф «Ирония судьбы. Продолжение» на Первом канале:

14,3 % = 9,2 млн. чел

Данные городов, в которых проводится исследование аудитории компанией TNS Russia

Город	Формат издания	Тираж, 1 квартал 2010	Аудитория одного номера, человек	Аудитория одного номера, %
Владивосток*	A4	55,660	111,500	22.1
Волгоград*	A4	67,000	166,000	19.5
Воронеж*	A4	64,312	132,200	18.0
Екатеринбург**	A4	107,000	215,580	18.9
Казань**	A4	73,000	253,070	26.4
Красноярск*	A4	77,000	184,300	23.4
Москва***	A4	564,825	1,634,150	17.8
Н.Новгород**	A4	140,000	290,080	26.3
Новосибирск**	A3 и A4	204,900	406,100	33.7
Омск**	A4	80,000	263,530	27.2
Пермь**	A4	86,300	206,000	24.5
Ростов-на-Дону**	A3 и A4	142,000	309,590	33.9
Самара**	A4	115,000	306,710	31.1
Саратов*	A4	64,880	158,900	21.7
С-Петербург****	A4	177,000	671,990	16.8
Тверь*	A4	59,906	106,600	30.4
Тула*	A4	89,200	93,000	21.0
Ульяновск*	A4	47,050	129,800	24.6
Уфа**	A4	85,740	194,910	22.5
Чебоксары*	A4	50,500	123,700	33.3
Челябинск**	A4	86,179	224,930	24.2

Целевая аудитория журнала

Женщина 25+, преимущественно работающая, замужняя с детьми, проживающая в городе

- ❖ Жизнерадостная
- ❖ Общительная
- ❖ Спокойная и уравновешенная
- ❖ Нацеленная на семейные ценности
- ❖ Хранительница очага
- ❖ Ответственная
- ❖ Организованная
- ❖ С интересом следящая за всем происходящим во всех сферах жизни



Характер бренда

АНТЕННА-ТЕЛЕСЕМЬ

- Честный и объективный
- Позитивный
- Достоверный
- Разносторонний по наполнению: телепрограмма, анонсы фильмов и сериалов, новости из жизни звезд
- Практичный – дает советы и консультирует в разных областях жизни.

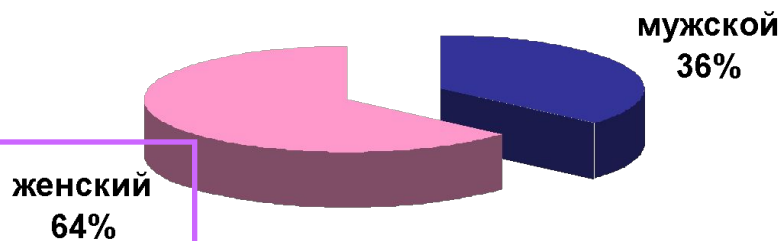
НЕ АНТЕННА-ТЕЛЕСЕМЬ

- Более оценочный
- Агрессивный
- Более «желтый»
- Более сфокусирован на событиях светской жизни
- В меньшей степени содержит практическую информацию

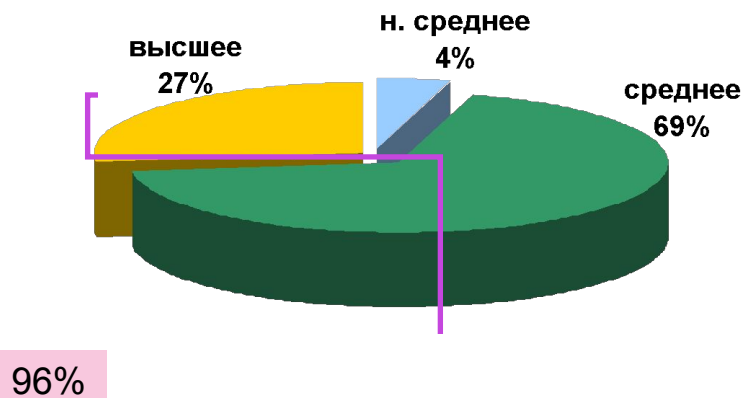


Портрет читателя

Пол

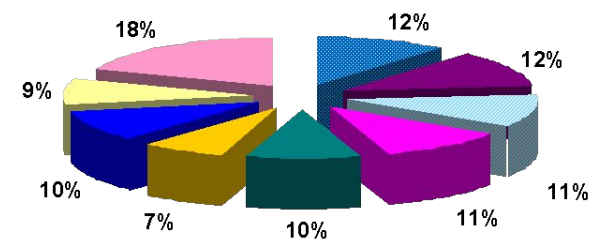


Образование



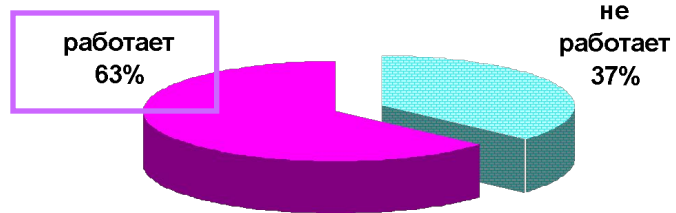
- 16-20
- 21-25
- 26-30
- 31-35
- 36-40
- 41-45
- 46-50
- 51-55
- 56+

Возраст

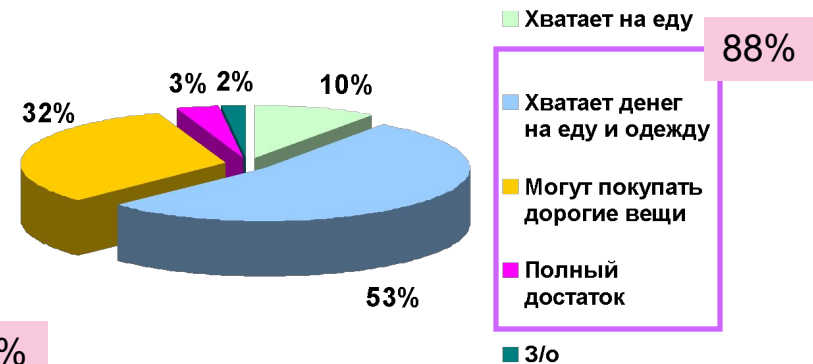


Портрет читателя

Занятость



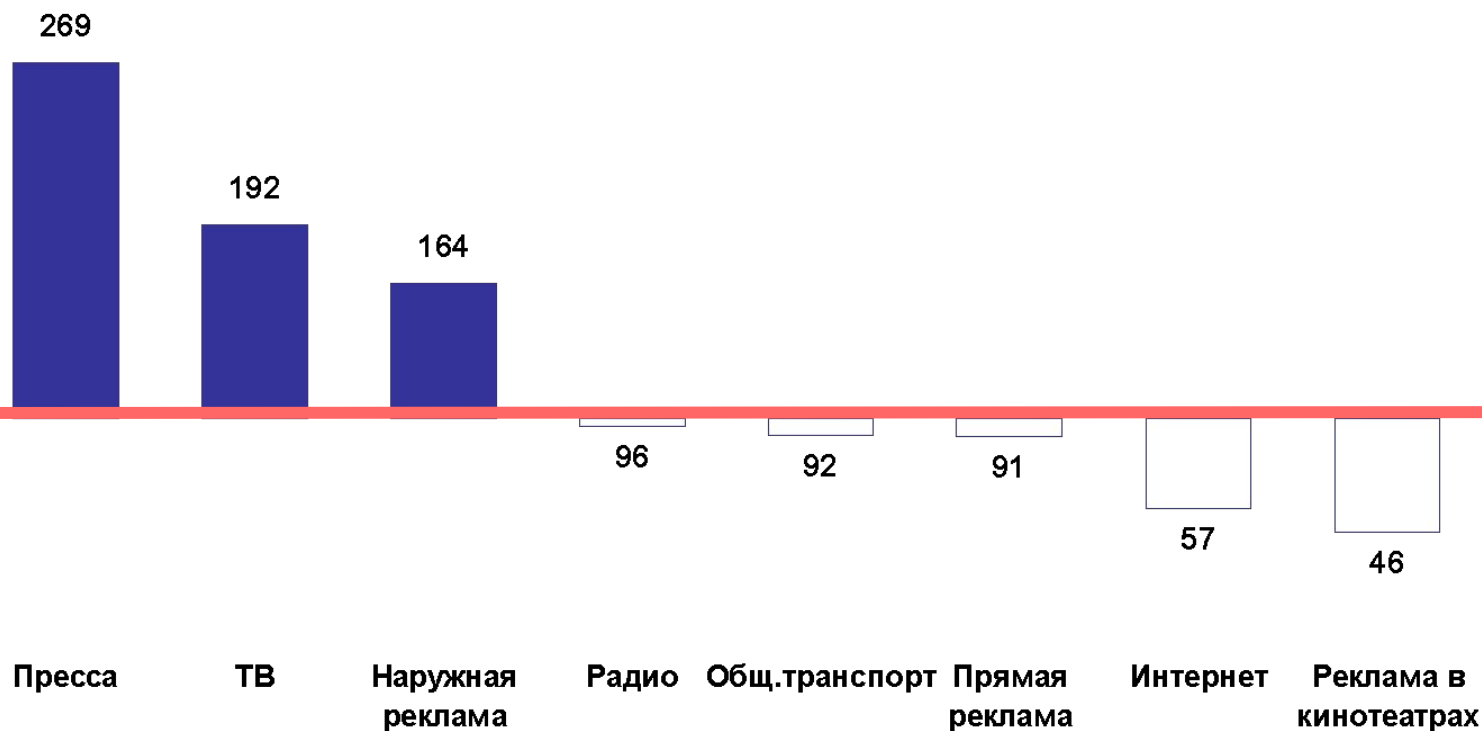
Материальное положение



Социальный статус



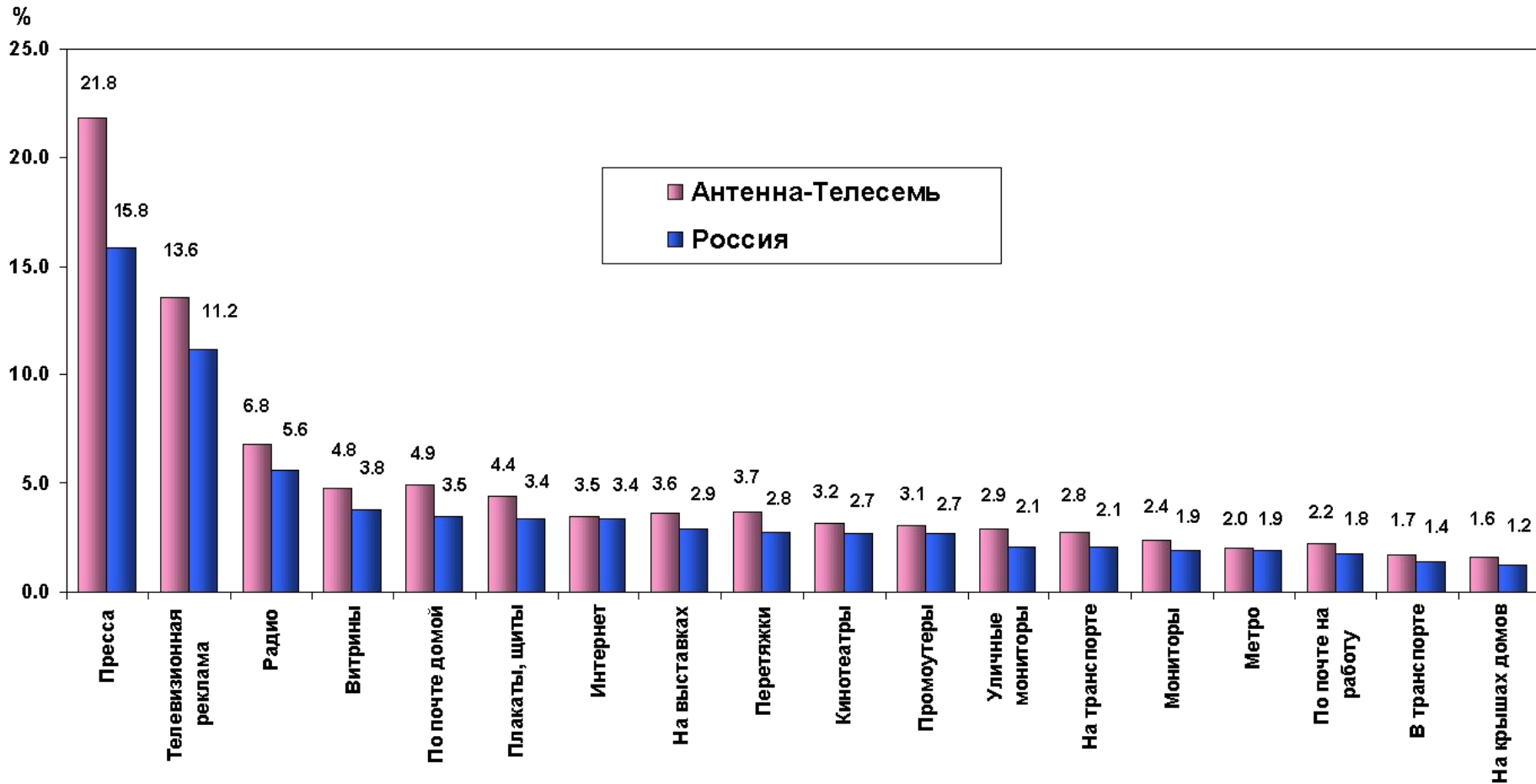
Доверие к рекламе жителей России



Index:

Средний
уровень
доверия к
рекламе

Доля читателей журнала «Антенна-Телесемь», доверяющих рекламе



Журнал «Антенна-Телесемь»

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО



- Печатается непосредственно в регионах.
- Часть редакционных материалов содержит локальную, региональную специфику, поэтому вызывают больший интерес и популярность среди читателей.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ОХВАТ

13 городов- миллионников
20 городов с населением от 500 тыс. до 1 млн.
37 городов с населением до 500 тыс.

КАРТА ДИСТРИБУЦИИ

- Обширная национальная дистрибуция.
- Наиболее полный охват точек продаж прессы в каждом регионе.
- Продажи в гипермаркетах и супермаркетах города.

Рекламный профиль

Наши возможности

- ❑ Российский тираж /70 город/
- ❑ 13 городов- «миллионеров»
- ❑ Две столицы /Москва + С.Петербург/
- ❑ Реклама в ТВ-программе
- ❑ Реклама на глянцевых полосах/обложках
- ❑ Реклама в любом из 70 изданий журнала «Антенна-Телесемь»
- ❑ Реклама в любом из 7 федеральных округов России