

ГородN

ГАЗЕТА БИЗНЕС-КЛАССА

МЕДИА-КИТ делового издания Ростова-на-Дону

ДАТА ОБНОВЛЕНИЯ:
февраль 2012 года

Выходные данные

- **Город N** — ведущее деловое издание Ростова-на-Дону
- Выходит **еженедельно с 1992 года** (по вторникам)
- **Тираж** — 13 200 экз.:
4 000 экз. Город N
9 200 экз. Город N-Банк-Клиент
- **Формат:** А3, полноцвет.
- **Объём изданий:**
Город N — 16-32 полосы;
Город N-Банк-Клиент — 12-20 полос.
- **Распространение:**
Город N — Ростов-на-Дону и область:
40% — подписка,
40% — розница,
20% — аэропорт Ростова-на-Дону.
- Город N-Банк-Клиент — в 62 банках Ростова и области.

«А мы думали, вы давно на острова уехали!»
Гендиректор компании «ИНПРОМ» Игорь Коновалов весь прошлый год при нехватке оборотного капитала вел переговоры с кредиторами и поставщиками металлопроката. В результате «ИНПРОМ» погасил свыше 1 млрд рублей банковских кредитов, убедил держателей облигаций не банкротить компанию и договорился о поставках металла с отсрочкой платежа где-то под залог, а где-то на доверии.
▶ 20-21

Город N РОСТОВСКАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА

www.gorodn.ru № 13 (872) • 13 апреля 2010 • Издается еженедельно с 1992 года • Отдел подписки: 2-910-410 • pod@gorodn.ru

USD (к рублю)	EUR (к рублю)	Индекс MMBEX (индекс)	Индекс РТС1 (индекс)	Индекс РТС2 (индекс)
29.32 (+0,36%)	39.23 (-1,01%)	1497 (+1,13%)	1632 (+1,00%)	1932 (+1,60%)

Частная лампочка
Завод «Аксайкарддеталь» вложил 1 млн евро в строительство собственной электростанции. Коммерческий директор «Аксайкарддетали» Вячеслав Покровский уверен, что это позволит компании снизить в полтора-два раза затраты на электроэнергию. Все больше крупных предприятий области, таких как «Ростсельмаш», «Донской Табак», «Астон», обеспечивают себя собственным электричеством.
▶ 6-7

Начался отбор строителей Северного обхода Ростова
Министерство обороны Ростовской области объявило открытый строительный Северный обход Ростова — региональный конкурс, который позволит определить трассу М4 «Дон» в Ростове. Таковой — трасса с Удальцевой. Начальник федерального центра строительства — 1,816 млрд рублей.
▶ 3

Портовик позывает гостей
Создание ОАО «Азовский морской порт», «мечта» «С», в этом году откроет в Азове гостиницу площадью в кв. м на 77 номеров. Проект стартовав как инициативный, для разработки инвестпроекта, но стал приоритетным — инвесторы и нет его состояние около 500 миллионов рублей. В Азове переключиться не удалось мест розничной, хотя местные посетители года закладок от мероприятий, а не от новых доходов или перспектива обмена, отмечают второй рынок.
▶ 8

Время овердрафта
Для предоставления вклада в малому предпринимателю Банк, как и прошлым года, требует залога недвижимости, стоимость которой не менее чем вдвое превышает размер кредита, или просит залог в виде овердрафта. Условия на ипотечную программу существенно ухудшились — ставки повысились, сроки возврата — но в силу своей специфики овердрафт может использоваться, правда только банками и кредиторами. Реально вклада в залог овердрафта нет только в отношении овердрафта в малом объеме. В Ростовской области, который только ставится поручителем, через Банк, клиент. Специализация — Банковские операции.
▶ 12-15

ГВАРДЕЙСКИЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР
ЖЕЛТОРИПОТЕКА
www.zdi.ru

ВВЕДЕН В ЭКСПЛУАТАЦИЮ
продажа офисных помещений и машиномест
пер. Доломановский, 70Д
+7 (863) 227 19 45, +7 (918) 555 84 87

Об издании

ИД «Город N» выпускает следующие издания:

- деловой еженедельник «Город N»;
- рекламно-информационное приложение «Город N — Банк — Клиент»;
- интернет-издание «Деловой Ростов»
www.gorodn.ru

Миссия газеты «Город N» — способствовать развитию бизнеса в Ростовской области: предоставлять читателям наибольший объём качественной локальной деловой информации; рекламодателям — самый широкий доступ к бизнес-аудитории Ростовской области.

«Город N» принадлежит топ-менеджерам, что обеспечивает независимость и объективность при подаче материалов.

Главный принцип издания: *действовать в интересах читателей*. Таким образом, редакция берет на себя обязательства не публиковать платные (заказные) статьи без пометки «реклама».

качественная
деловая
информация

качественная
бизнес-аудитория

эффективная
реклама

Почему «Город N»?

«Город N» — это:

- №1 среди еженедельных деловых изданий Ростова-на-Дону по объемам аудитории одного номера (октябрь 2010 года, www.tns-global.ru)
- неизменный график выхода (с 1992 года)
- прозрачный и самый большой (в совокупности с «Город N – Банк – Клиент») тираж среди деловых СМИ Ростова-на-Дону
- более 40% тиража — подписчики издания (по данным на 1.01.2012 г.)
- 12 штатных журналистов (штат более 50 сотрудников)
- оригинальная система распространения
- независимый формат
- устойчивая бизнес-аудитория, созданная за 20-летнюю историю существования, которая считает основной причиной популярности издания *«оперативное освещение основных событий в городском бизнесе, объективную подачу информации»*.*
- Читатели объясняют свою лояльность к изданию также:
 - *«региональной привязкой»;*
 - *«достоверностью и хорошей подборкой аналитического материала»;*
 - *«глубоким анализом, эксклюзивными материалами, интересными новостями о бизнесе»;*
 - *«компетентностью, качеством материалов, полной тематикой для еженедельника».*

«Читать «Город N» — быть в курсе новостей регионального бизнеса»*



«Город N» - победитель конкурса «Золотой гонг - 2005»

Отзывы читателей



Уникальность аудитории «Города N»

Аудитория «Города N»: местная бизнес-элита, представители малого и среднего бизнеса, управленцы различного ранга в коммерческих компаниях и в органах власти.

AIR (аудитория одного номера) «Города N» — 18 400*.

AIR (аудитория одного номера) «Города N – Банка – Клиента» — 14500.**

Совокупная аудитория одного номера «Города N» и приложения «Город N — Банк — Клиент» в сумме составляет **32 900 человек***.**

Вся реклама **пакетно** размещается в «Городе N» и «Городе N — Банке — Клиенте», чем достигается ее максимальная эффективность.

С 2009 года компания TNS не производит измерения регионов по распределению рекламных бюджетов среди деловых печатных СМИ, поэтому далее идут собственные данные отдела маркетинга «Города N» и независимых исследовательских агентств.

*Октябрь 2010 года, www.tns-global.ru

**Октябрь 2011 года, www.tns-global.ru

***В связи с тем, что по техн. причинам компания TNS не измеряла AIR «Город N» в 2011 году, суммируются последние известные данные по аудитории.

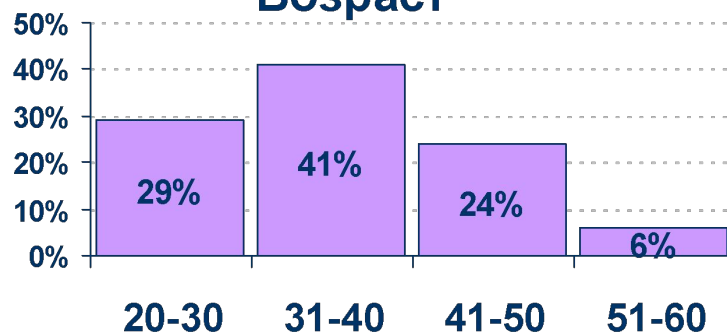
Социально-демографические характеристики читателей «Города N»*

*по результатам исследования, проведенного в апреле 2010 года агентством BRANDHOUSE.

Должность



Возраст



Образование



В исследовании были заданы квоты по сферам деятельности респондентов: финансы – 25%; недвижимость – 15%; производство – 10%; торговля – 15%; консалтинг, туризм, индустрия развлечений – 15%; транспорт и связь – 10%; госслужба, охрана, армия – 10%.

Портрет читателя «Города N»



- Типичный читатель «Города N» — это руководитель высшего и среднего звена, в возрасте от 31 года до 40 лет, имеющий семью, состоящую из 3 человек, включая ребенка до 18 лет.
- Абсолютное большинство читателей имеет в собственности квартиру, а пятая часть проживает в доме или загородном коттедже; при этом читатели задумываются о покупке нового жилья в течение ближайшего времени.
- Читатели — типичные представители «среднего класса» с соответствующими показателями принадлежности к нему: имеют автомобиль, накопления, позволяют себе траты на отдых более 75 тысяч рублей в год (при этом прибегают более чем в половине случаев к услугам турагентств/туроператоров).
- Они заботятся о своем здоровье и здоровье своих близких, пользуясь в основном диагностическими и консультативными услугами медицинских центров.
- В сфере платного образования наиболее популярными статьями расходов среди читателей являются детские сады и услуги внешкольного образования.*

*По результатам исследования, проведенного в апреле 2010 года агентством BRANDHOUSE.

Отзывы рекламодателей

Не каждый регион может гордиться успешным общественно-экономическим изданием, которое уже два десятка лет на рынке имеет заслуженную популярность и авторитет.

Реклама в «Городе N» — это указатель к действию для тех, кто строит будущее экономики юга России в новом посткризисном мире.

Размещая рекламу в газете «Город N», мы не сомневаемся, что деловое сообщество Дона узнает из наших рекламных блоков и сообщений об очередных успехах «Центр-инвеста» и о новых услугах банка



Наталья Алябьева,
помощник Председателя
правления банка "Центр-инвест"
по связям с общественностью

Практически с момента открытия представительства в Ростове-на-Дону мы сотрудничаем с «Городом N». Нам очень важна бизнес-аудитория газеты, мы ценим профессиональный подход журналистов к подготовке редакционных материалов



Антон Лозовой,
руководитель PR-службы
компании «Эгопласт»



Михаил Хабнер,
управляющий партнер
«Хабнер & К^О: коммерческая
недвижимость»

Профессиональная журналистика плюс аудитория читателей с активной жизненной позицией позволяет считать «Город N» реально работающей рекламной площадкой для информирования наших потенциальных клиентов о новых предложениях и проектах

«Город N» на протяжении многих лет является лидирующим бизнес-изданием Ростовской области. Как показывают мои наблюдения, большинство ростовских бизнесменов, желающих держать руку на пульсе деловой и общественной жизни нашей области, всегда имеют на своем рабочем столе свежий выпуск газеты



Максим Хмель,
директор агентства
недвижимости «Парус»

Стоимость рекламы на информационных полосах

Объём, полос*	Цена, рублей	Размер Ш x В, мм
1/1	78490	261 x 372
1/2	54740	261 x 184
1/3	36570	261 x 109 155 x 184
1/4	30140	261 x 90 155 x 147
1/5	25620	261 x 71 102 x 184

*«Городом N» применяется гибкая форматная сетка, позволяющая публиковать не только основные, но и промежуточные форматы (от 1/100).

В десяти отраслях региональные власти попытаются повысить конкуренцию

On-Line документооборот инициирован в Вологодской области




Ключ к решению квартирного вопроса

Банк Сосьете Женераль Восток ипотека, ставки снижены

1/2

Ростов на Дону, ст. Гагарина, 10/17
с 9 часов
www.bsgv.ru




Кредитование физлиц оживилось, несмотря на высокие ставки.

1/3



1/3

Alico



Автоматизация и связь

CRM-система сберегла прибыль


Информцентр внедрил нову систему телефонии

1/4



ООО «Синтерра-ЮГ» предоставляет услуги связи на территории города Рославля-на-Дону, Ростовской области и ЮФО

1/4



Багаевскому заводу подыскали инвестора

Варшавский заложил свиней

2010

1/5



1/5



Рекламные тематические блоки



Рекламные тематические блоки:

- Авто- и спецтехника
- Бизнес-календарь
- Вакансии
- Карьера
- Недвижимость
- Оборудование и инжиниринг
- Официально
- Путешествия и отдых
- Рекламный рынок
- Современный офис
- Торги и конкурсы
- Финансовый консультант



В рекламных блоках макеты рекламодателей располагаются в одном и том же месте издания и объединяются одной узкой тематикой таким образом, что у читателя появляется возможность выбрать из нескольких предложений максимально полезное для него.

В блоках действуют существенные сегментные скидки для рекламодателей (см. слайд 14).

Рекламные вложения

- **Глянцевые страницы** размещаются внутри издания таким образом, чтобы соседняя страница была газетной и вкладка не вынималась из номера. Объём вкладки — 4 полосы.
- **Корпоративный спецвыпуск компании** печатается на глянцевой бумаге 80 г/м², формат А3, 4 страницы (центральный разворот). *Стоимость спецвыпуска — 109 120 руб.*
- **Листовки, флаеры, буклеты.**



Эффективность данного вида рекламы обусловлена точным попаданием в целевую аудиторию рекламодателя. Возможна выборочная доставка.

Надбавки и скидки

СКИДКИ (применяются последовательно):

- **За предоплату** (5% — 2–3 размещения; 10% — 4–6 размещений; 15% — от 7 размещений).
- **За самостоятельную подготовку** текста/ макета (5%).
- **Сегментные скидки** (20% — Табак, Пиво, Алкоголь; 30% — сегмент Luxury: бизнес-аксессуары, ювелирные изделия, одежда).
- Скидки **рекламных блоков** (30% — Деловая недвижимость; 50% — Автоспецтехника, Оборудование и инжиниринг, Современный офис, Финансовый консультант, Жилая недвижимость; 60% — Вакансии, Карьера, Рекламный рынок, Медуслуги, Путешествия и отдых).
- **Пакетные скидки** (программа «Эффективный рекламный бюджет» — поквартальное и годовое формирование бюджетов — от 5% до 25%).
- **Для РА** — базовая — 15% + доп. скидки накопительной программы для РА.

НАДБАВКИ:

- **20%** — указание конкретной полосы внутри издания (правая, № полосы, под рубрикой);
- **10–50%** — за подготовку рекламного презентационного материала редакцией (надбавка зависит от сложности заказа).
Особой популярностью у читателей пользуются постоянные рубрики газеты: «*Власть*», «*Главная тема*», в которых поднимаются наиболее острые и актуальные вопросы из жизни Ростова-на-Дону; и «*Герой номера*», в котором бизнесмены, достигшие общероссийской известности, делятся своим опытом с аудиторией издания.
- **VIP-полосы** (максимальный формат 1/4 полосы): **30%** — 3-я полоса «Власть», «Главная тема», «Герой номера»; **50%** — первая полоса.

Крупнейшие рекламодатели «Города N»



Основан в 1841 году

СБЕРБАНК РОССИИ



ROSTSELMASH

КОМПАНИЯ ТТК



Das Auto.



MITSUBISHI MOTORS



PEGAS
TOURISTIK

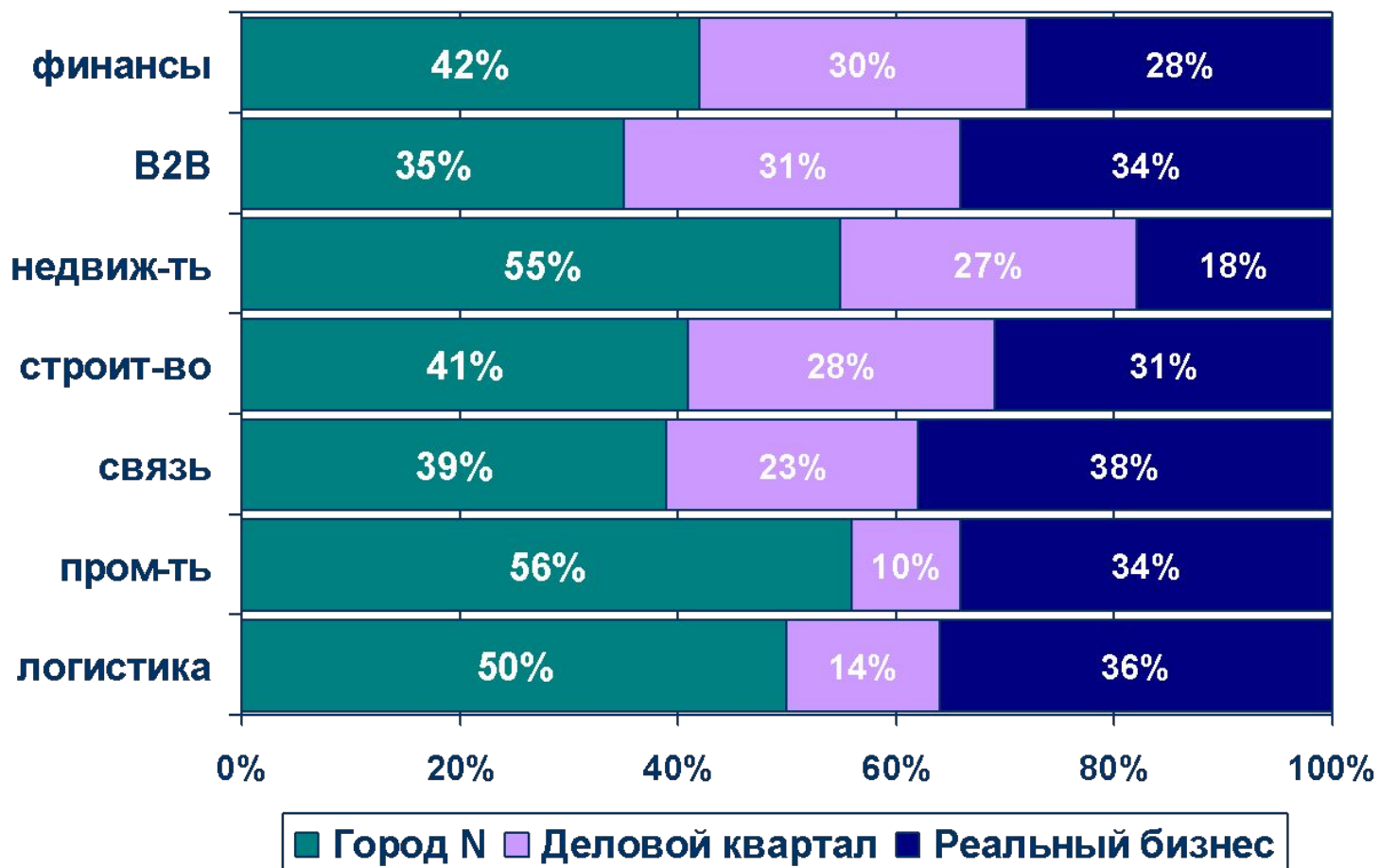


ЖЕЛДОРИПОТЕКА
ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ»

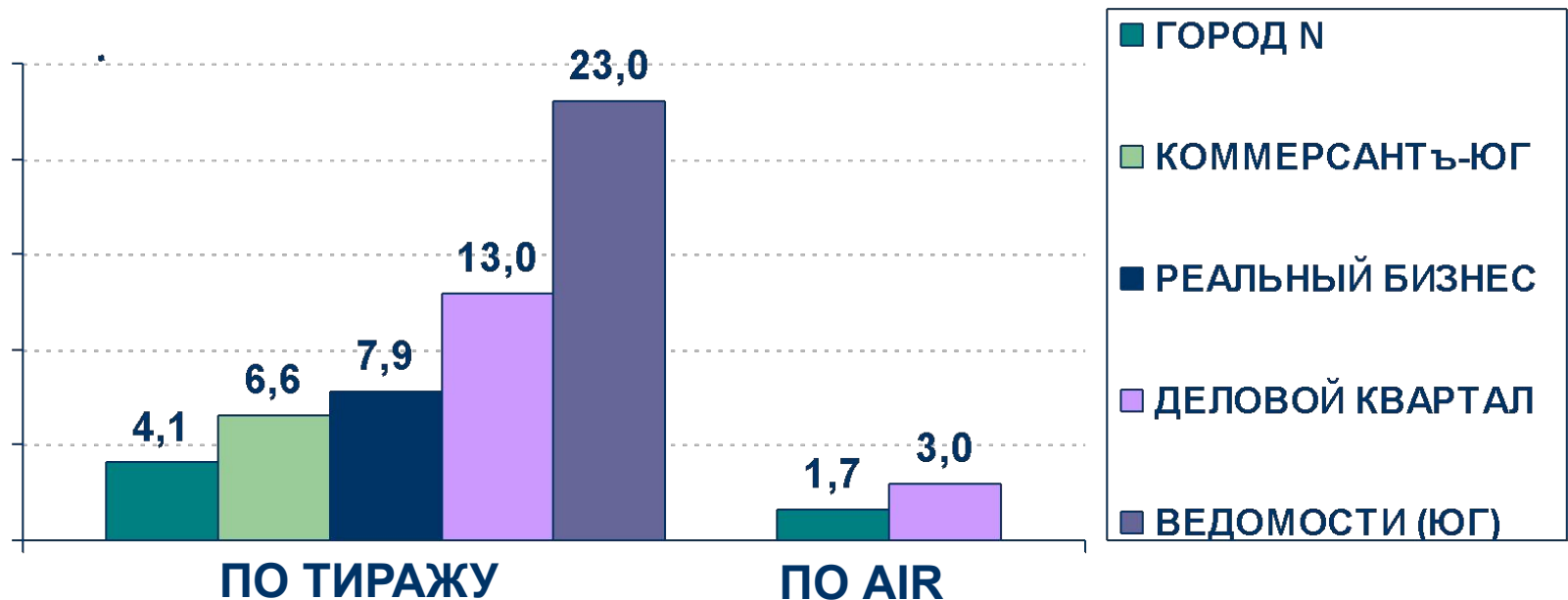


MEMBER OF CCG

Распределение отраслевой рекламы в 2011 году среди трех лидирующих изданий (собственные данные)



Стоимость тысячи контактов (CPT)



CPT = стоимость сопоставимого формата (1 полоса А4) / тираж * 1000.

В расчете использованы официальные тиражи и прайс-листы издательских домов (см. сайты изданий).

В «Коммерсанте» и «Ведомостях» в расчет включены тиражи и тарифы на размещения по Ростовской области.

В рамках проекта TNS National Readership Survey в измерение аудитории одного номера (AIR) из деловых СМИ Ростова-на-Дону были представлены только издания «Город N» и «Город N-Банк-Клиент» (совокупный AIR 32900 – см. слайд 6) и «Деловой квартал» (AIR 17300). Другие деловые издания региона со статистически незначимыми цифрами по аудитории одного номера в рейтинг не вошли.

Контактная информация

Учредитель и издатель: ООО «Газета»

Адрес: 344000, Россия, Ростов-на-Дону, Ворошиловский, 62, оф. 701

<http://www.gorodn.ru>; r@gorodn.ru



Дмитрий Строителев
Главный редактор

d@gorodn.ru; тел.: (863) 2-910-610



Алексей Тимошенко
Заместитель главного редактора

t@gorodn.ru; тел.: (863) 2-910-610



Александр Воронцов
Заместитель отдела рекламы

v@gorodn.ru; тел.: (863) 2-910-610, 2-910-245



Ляна Макарова
Заместитель московского представительства

ketolog@gorodn.ru; тел.: 8-915-461-2285



Александра Фегю
Заместитель отдела «Подписка и розница»

f@gorodn.ru; тел.: (863) 2-910-610