

# 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 трассы М4 «Дон» и М2 в Ростове. Таковой — трасса с Удальцевой. Начальник федерального управления 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 не отступились от идеи. В Азове переключиться не удалось мест розничных, хотя на рынке поставлений пока доминирует импортный.  
▶ 8

**Время овердрафта**  
Для предоставления и выдачи займа поручителем Банк, как и прошлым году, требует залога недвижимости, стоимость которой не менее чем вдвое превышает размер кредита, или поручителем пользоваться овердрафтом. Условия на авантюрную кредитную практику — старые правила, сроки растут — но в силу своей специфики овердрафт может использоваться, правда только банками и кредиторами. Реально вопрос о залоговом обеспечении не только обременяет кредитную работу в текущем году. Гарантийный фонд Ростовской области, который только недавно поручился за Банк, как и, следовательно, «В»-банк.  
▶ 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](http://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](http://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»

\*По результатам исследования аудитории, проведенного агентством BRANDHOUSE

# 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](http://www.tns-global.ru)

\*\*Октябрь 2011 года, [www.tns-global.ru](http://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.

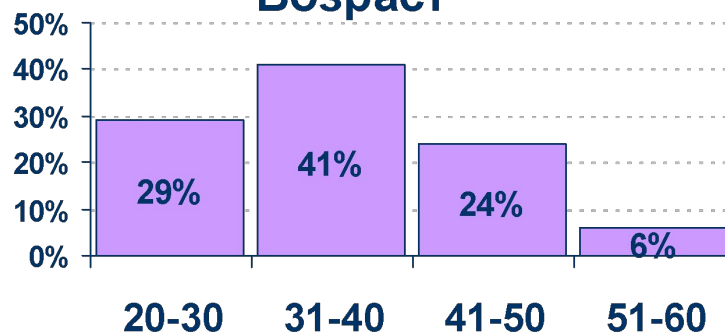
# Социально-демографические характеристики читателей «Города N»\*

\*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<sup>О</sup>: 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»

# Рекламные возможности издания

**Информационные полосы** используются для размещения имиджевой рекламы, рекламы брендов, продуктов и услуг. Эффективность рекламы обусловлена тем, что рекламные материалы расположены рядом с редакционными, а полосы имеют ограничения по количеству рекламных сообщений. Помимо еженедельных новостей и обзоров о ростовском бизнесе «Город N» готовит **спецвыпуски — тематические разделы**, посвящённые отдельным отраслям донской экономики. Возможно размещение макетной и текстовой рекламы.

## Еженедельно:

- Панорама недели
- Власть
- Главная тема
- Новости компаний
- Финансы
- Рынки
- Деловая недвижимость
- Герой номера
- Общество

## СПЕЦВЫПУСКИ

### 1 раз в квартал:

- Личные деньги
- Автоматизация и связь

### 1 раз в год:

- Итоги года
- Крупнейшие компании

«Закончена борьба с легальным игорным бизнесом»

После недели закрытых казино были заперты и игорные клубы. Президент Ассоциации детских игровых предприятий заявил, что игорный бизнес не имеет будущего в России.

«ВАЗ» — это не просто автомобиль, это философия. Это стиль жизни, это уверенность в себе. Это надёжность, это безопасность, это комфорт. Это всё, что нужно для успешной поездки.

ВАЗ — это надёжность, это безопасность, это комфорт. Это всё, что нужно для успешной поездки.

## СПЕЦВЫПУСКИ

### 1 раз в месяц:

- Строительство и ЖКХ
- Кадры
- Туризм

### 2–3 раза в год

- Автомобили и спецтехника
- Аудит и консалтинг
- Банки: итоги
- Банки: кредиты для бизнеса
- Здоровье
- Лизинг
- Логистика и транспорт
- Страхование
- Торговое оборудование
- Юридические услуги

Строительство и ЖКХ

Металлокаркас — в тумане

Сервис на строительном рынке — это не просто услуга, это гарантия качества и безопасности. Мы предлагаем комплексные решения для вашего бизнеса.

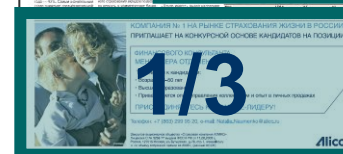
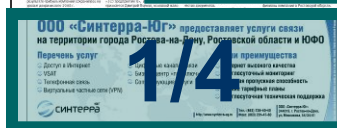
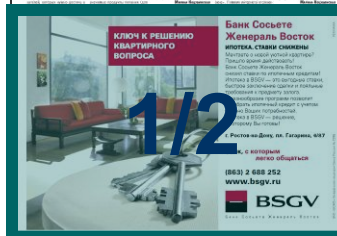
Ваше будущее — это наше дело. Мы работаем на совесть, чтобы вы могли быть уверены в нас.

Мы предлагаем комплексные решения для вашего бизнеса. Мы работаем на совесть, чтобы вы могли быть уверены в нас.

# 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).





# 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/м<sup>2</sup>, 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



Das Auto.



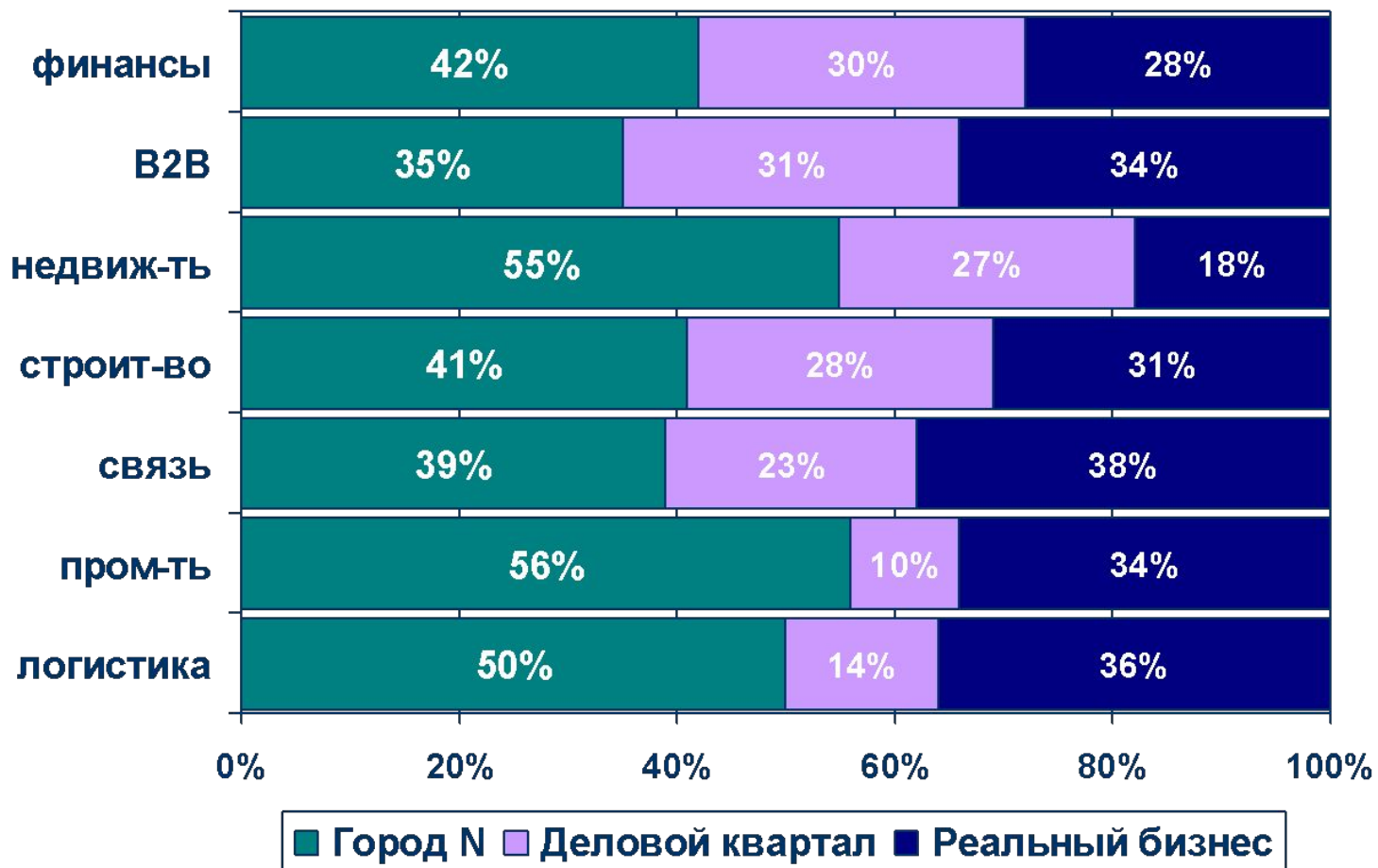
CENTRAL CONNECT AIRLINES



ЖЕЛДОРИПОТЕКА  
ОАО «РОССИЙСКИЕ ЖЕЛЕЗНЫЕ ДОРОГИ»

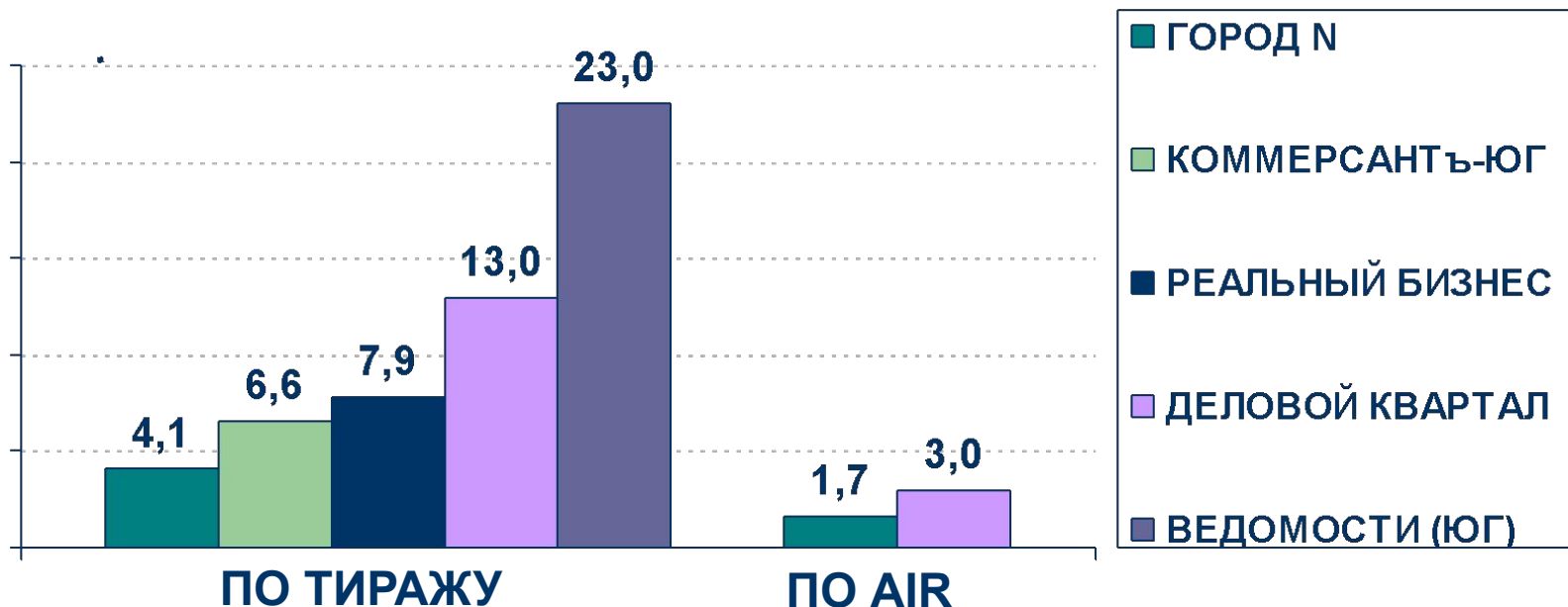


# Распределение отраслевой рекламы в 2011 году среди трех лидирующих изданий (собственные данные)





# 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

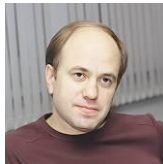
<http://www.gorodn.ru>; [r@gorodn.ru](mailto:r@gorodn.ru)



**Дмитрий Строителев**

**Главный редактор**

[d@gorodn.ru](mailto:d@gorodn.ru); тел.: (863) 2-910-610



**Алексей Тимошенко**

**Заместитель главного редактора**

[t@gorodn.ru](mailto:t@gorodn.ru); тел.: (863) 2-910-610



**Александр Воронцов**

**Заместитель отдела рекламы**

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



**Ляна Макарова**

**Заместитель московского представительства**

[ketolog@gorodn.ru](mailto:ketolog@gorodn.ru); тел.: 8-915-461-2285



**Александра Фегю**

**Заместитель отдела «Подписка и розница»**

[f@gorodn.ru](mailto:f@gorodn.ru); тел.: (863) 2-910-610