## 

## 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:

  <u>Город N</u> Ростов-на-Дону и область:
  40% подписка,
  40% розница,
  20% аэропорт Ростова-на-Дону.
- <u>Город N-Банк-Клиент</u> в 62 банках Ростова и области.



## Об издании

#### <u>ИД «Город N» выпускает следующие издания:</u>

- 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, <u>www.tns-global.ru</u>)
- 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»\*



## 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, <u>www.tns-global.ru</u>
\*\*Октябрь 2011 года, <u>www.tns-global.ru</u>
\*\*\*В связи с тем, что по техн. причинам компания TNS не измеряла AIR «Город N» в 2011 году,
суммируются последние известные данные по аудитории.

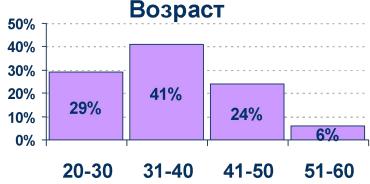
## Социально-демографические характеристики читателей «Города N»\*

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

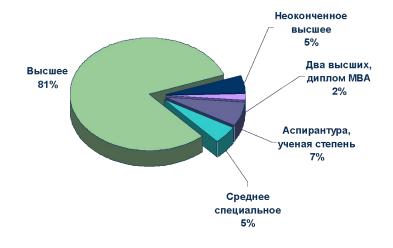
#### Должность



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%.



#### Образование



## 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.\*

## 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 «Центринвеста» и о новых услугах банка



Практически с момента открытия представительства в Ростове-на-Дону мы сотрудничаем с «Городом N». Нам очень важна бизнесаудитория 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

Наталья Алябьева,

помощник Председателя

правления банка "Центр-инвест" по связям с общественностью

«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



#### 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



## Стоимость рекламы на информационных полосах

Объём, полос*	Цена, рублей	Размер Ш х 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

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







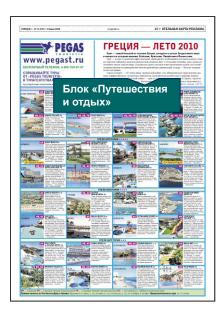


## Рекламные тематические блоки



#### 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: бизнесаксессуары, 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,

известности, делятся своим опытом

достигшие общероссийской

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»









СБЕРБАНК РОССИИ



























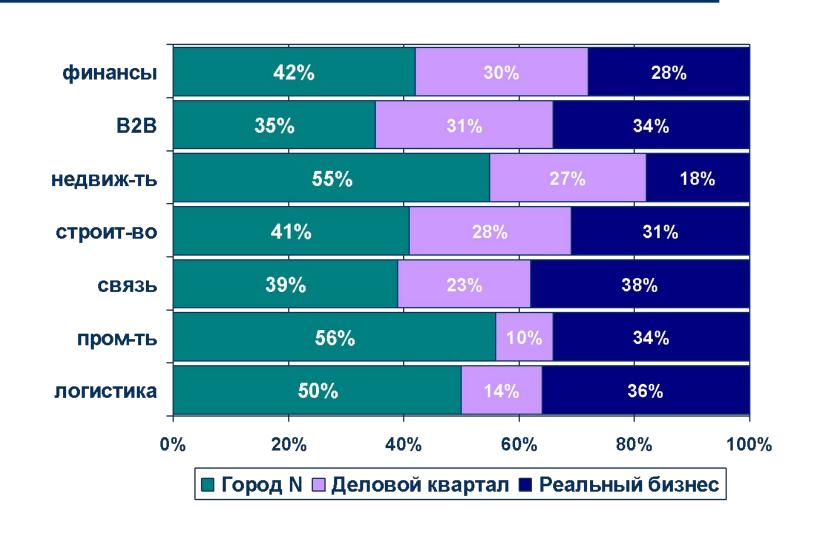




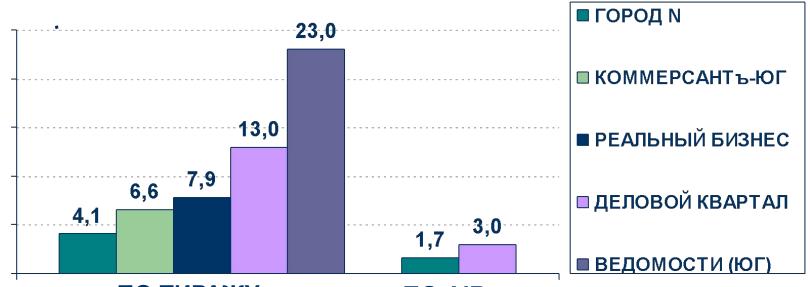




### Распределение отраслевой рекламы в 2011 году среди трех лидирующих изданий (собственные данные)



# Стоимость тысячи контактов (СРТ)



#### ПО ТИРАЖУ

CPT = стоимость сопоставимого формата (1 полоса A4) / 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.

#### ΠO AIR

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



огей Строителев вный редактор

t@gorodn.ru; тел.: (863) 2-910-610



эксей Тимошенко еститель главного редактора bgorodn.ru; тел.: (863) 2-910-610



ксандр Воронцов оводитель отдела рекламы

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



ьяна Макарова оводитель московского представительства ketolog@gorodn.ru; тел.: 8-915-461-2285

totologægorodnira, form o'o for 10 i 2200

ксандра Фегю оводитель отдела «Подписка и розница» @gorodn.ru; тел.: (863) 2-910-610