

«Аргументы недели» — в пятёрке самых читаемых общественно-политических изданий России!

Газета «Аргументы недели» — независимый социально-аналитический еженедельник, пишущий доступным языком о проблемах, волнующих все социальные слои нашего общества. Основные темы издания: политика, экономика, жизнь регионов, культура и шоу-бизнес, спорт, медицина. В каждом номере — эксклюзивная информация из коридоров власти о том, что остается за кадром новостных программ, актуальные репортажи и журналистские расследования, острые комментарии.

Согласно официальным цифрам отчета TNS Gallup Media «Читательская аудитория России — NRS-2012/IV», опубликованном в ноябре 2012 года, аудитория «АН» в настоящее время составляет без малого миллион (996,6 тыс.) человек.

«Аргументы недели» читают как мужчины, так и женщины (49,9% и 50,1% соответственно). Ядро целевой аудитории газеты составляют образованные (высшее и среднее образование — 98,3%) работающие (60,4 %) читатели. При этом газета представлена практически во всех регионах России — как в крупных городах, так и в сельской местности.

Еженедельник «Аргументы Недели» распространяются также в странах СНГ и Европы. С учетом этих читателей наша аудитория превышает 1,2 млн. человек.

Учредитель еженедельной газеты «Аргументы недели» — ЗАО «СВР Медиапроекты».

Первый номер вышел 11 мая 2006 года.

Газета распространяется по всей России, в СНГ и странах Европы.

В 28-ми крупнейших городах России выходят региональные приложения-вкладки.

а

(AIR)

«

» —

		AIR	AIR %	% of AIR	Affinity Index
Россия в целом		996,6	1,7	100,0	100
Пол	мужской	497,3	1,9	49,9	112
	женский	499,3	1,5	50,1	90
Возраст	16-19	14,2	0,5	1,5	28
	20-24	19,6	0,3	2,0	20
	25-34	76,5	0,6	7,9	38
	35-44	121,0	1,3	12,5	76
	45-54	215,7	2,0	22,3	121
	55-64	274,1	3,3	28,4	198
	65+	245,1	2,9	25,4	173
Пол / возраст	муж/16-19	5,5	0,4	0,6	21
	муж/20-24	12,2	0,4	1,3	25
	муж/25-34	43,4	0,7	4,5	44
	муж/35-44	66,1	1,4	6,8	86
	муж/45-54	114,2	2,4	11,8	143
	муж/55-64	143,6	4,2	14,9	252
	муж/65+	96,9	3,6	10,0	216
	жен/16-19	8,7	0,6	0,9	35
	жен/20-24	7,4	0,3	0,8	15
	жен/25-34	33,1	0,5	3,4	32
	жен/35-44	54,9	1,1	5,7	67
	жен/45-54	101,5	1,7	10,5	104
	жен/55-64	130,5	2,7	13,5	160
	жен/65+	148,1	2,5	15,3	152
Занятость	работает	583,5	1,6	60,4	99
	не работает	382,6	1,7	39,6	102
Образование	н. среднее	16,4	0,6	1,7	37
	среднее	539,4	1,4	55,8	82
	высшее	410,4	2,6	42,5	155
Семейное положение	женат / замужем	665,1	2,0	68,8	118
	холост / не замужем	299,8	1,3	31,0	75
Материальное положение семьи	Хватает только на еду	115,0	1,4	11,9	85
	Хватает денег на еду и одежду, но не могут покупать дорогие вещи	505,4	1,7	52,3	102
	Могут покупать дорогие вещи, но не могут покупать все, что захотят	287,1	1,7	29,7	102
	Полный достаток, не ограничены в средствах	26,8	1,6	2,8	95
Финансовый статус	«высокообеспеченные»	169,3	1,8	17,5	110
	«обеспеченные»	338,9	1,6	35,1	98
	«средние»	244,9	1,7	25,4	102
	«малообеспеченные»	134,4	1,9	13,9	113
Социальный статус	руководители	174,4	2,7	18,0	162
	специалисты	126,0	1,9	13,0	111
	служащие	80,8	1,3	8,4	76
	рабочие	178,6	1,3	18,5	75
	студенты, учащиеся	11,0	0,3	1,1	19
	пенсионеры	303,7	2,4	31,4	146
	домохозяйки, молодые мамы	31,1	0,9	3,2	51
	другое	60,5	1,4	6,3	84

(AIR) « а » —

		AIR	AIR %	% of AIR	Affinity Index
Россия в целом		996,6	1,7	100,0	100
Покупка сотового телефона за последние три месяца	покупали	184,4	1,8	18,5	106
	не покупали	809,2	1,7	81,2	99
Использование компьютера за месяц		612,9	1,5	63,4	92
Где пользуются компьютером	дома	518,5	1,5	53,7	89
	на работе	290,4	1,8	30,1	108
	по месту учебы	11,0	0,6	1,1	33
	в интернет-кафе, в компьютерном центре	9,5	0,9	1,0	52
	в гостях	81,3	1,5	8,4	89
	в другом месте	20,5	2,0	2,1	120
	не пользовались	350,8	2,0	36,3	117
Internet monthly reach		560,7	1,5	58,0	92
Частота пользования сетью Интернет	каждый / почти каждый день	345,7	1,3	35,8	78
	2-3 раза в неделю	102,4	2,1	10,6	125
	1 раз в неделю	60,3	2,9	6,2	173
	2-3 раза в месяц	33,7	2,3	3,5	136
	1 раз в месяц	17,5	1,6	1,8	95
Использование электронной почты за месяц		376,2	1,4	38,9	86

колонка **AIR** (Аудитория одного номера, Average Issue Readership, AIR)

Аудитория одного номера издания в тысячах человек среди всего населения или в целевой группе.

Например, усреднённое количество читателей издания «Аргументы недели» составляет 481900 мужчин и 484200 женщин.

колонка **AIR%**

Аудитория издания в процентах среди всего населения или в целевой группе

Например, 1.9% всех мужчин России (16 лет и старше) являются читателями издания «Аргументы недели»

колонка **% of AIR**

% от аудитории одного номера издания.

Например, в аудитории издания «Аргументы недели» 49.9% мужчин и 50.1% женщин.

колонка **Affinity Index**

Отношение аудитории издания в целевой группе (в %) к аудитории издания среди всего населения (в %).

Например, значение индекса для мужчин 55-64 лет составляет 252

Среднее значение индекса = 100.

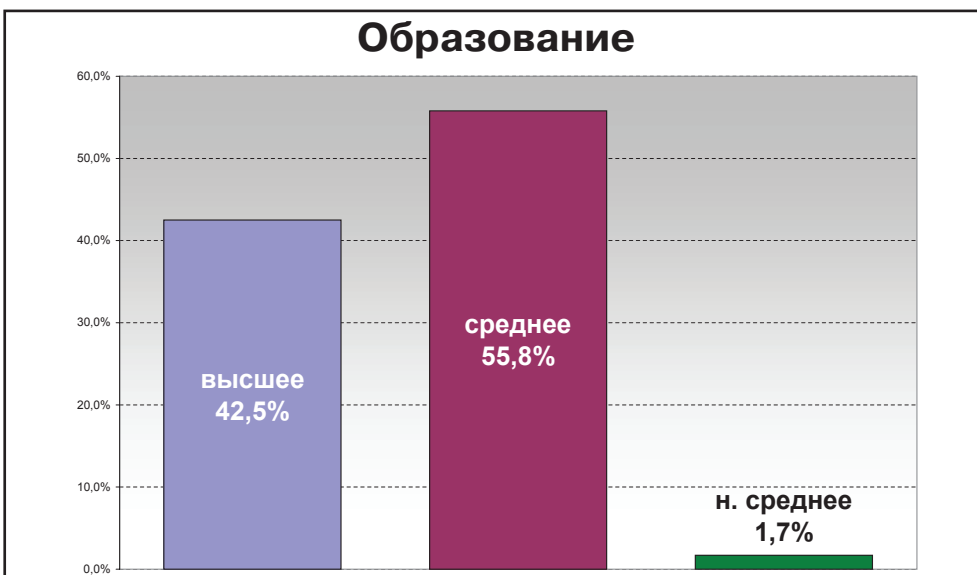
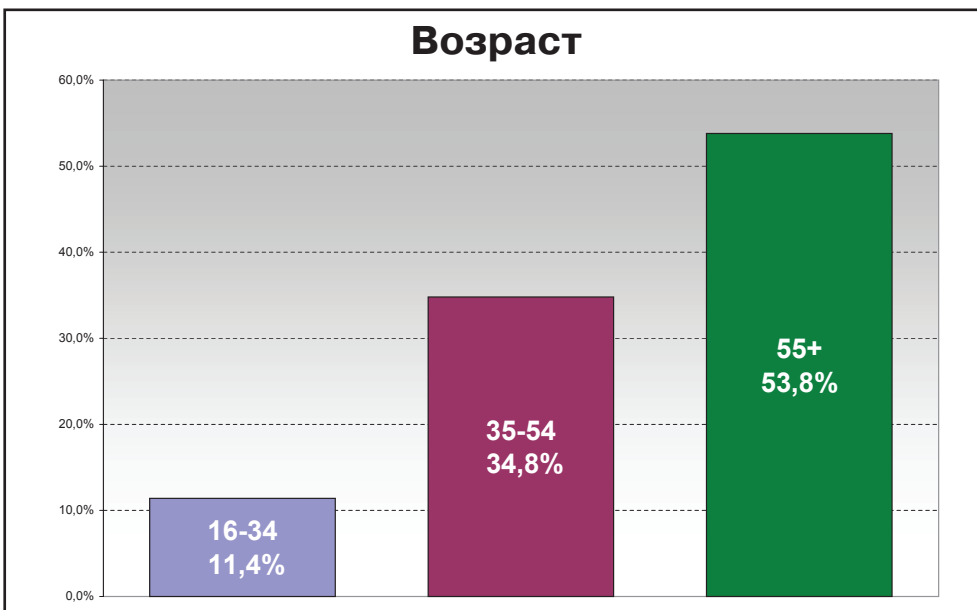
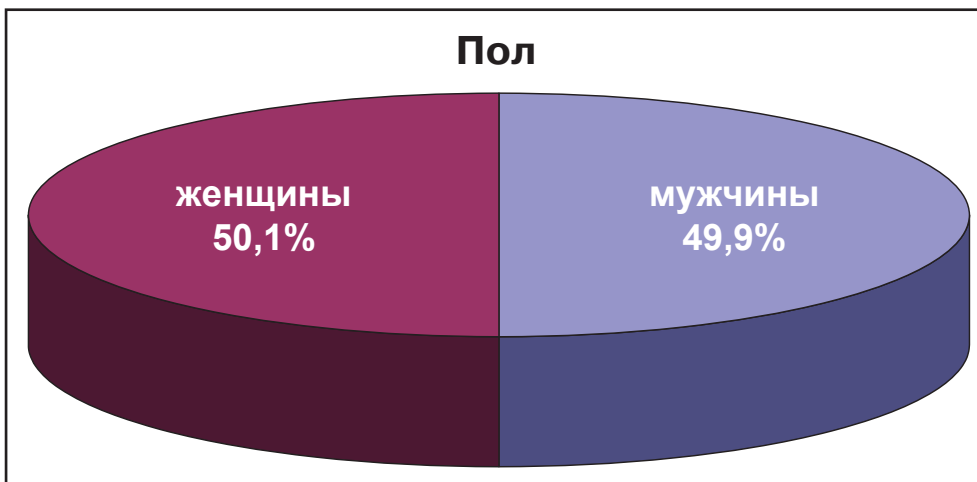
Это означает, что в аудитории издания «Аргументы недели» доля мужчин данного возраста примерно в 2.5 раза больше, чем аналогичная доля среди населения России в целом.

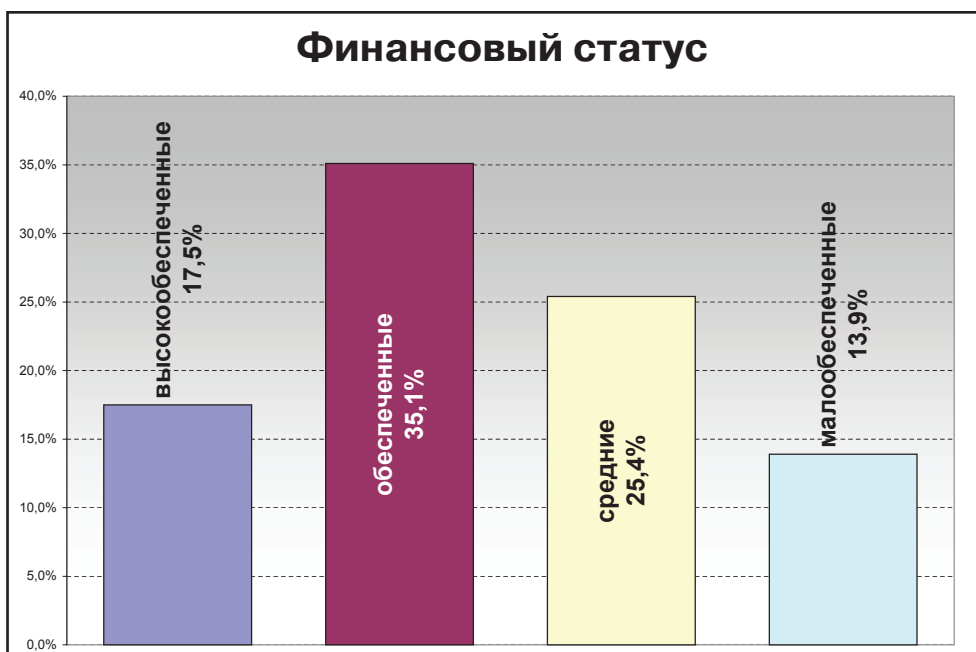
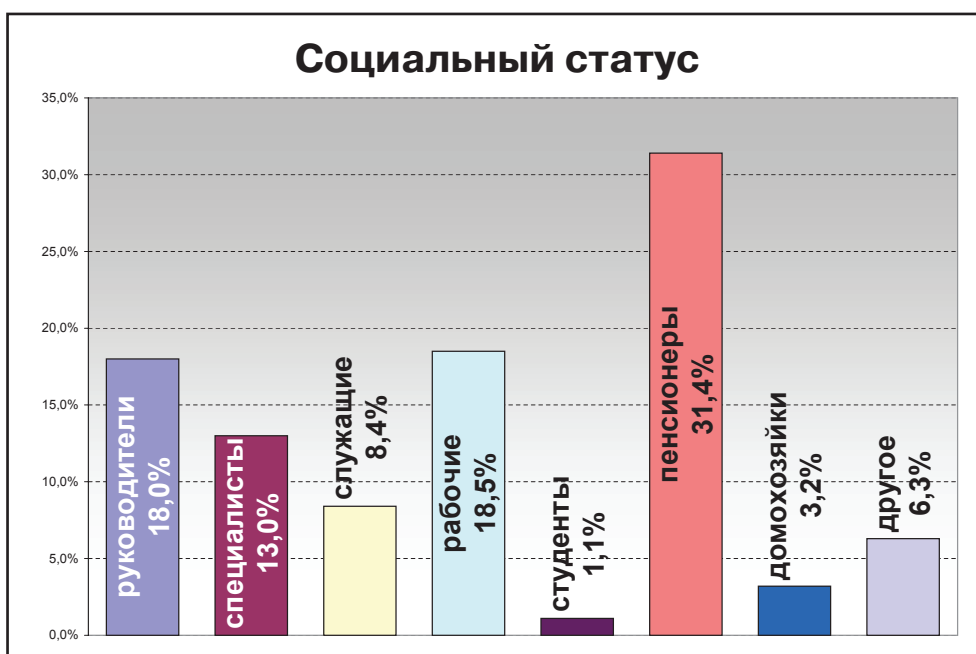
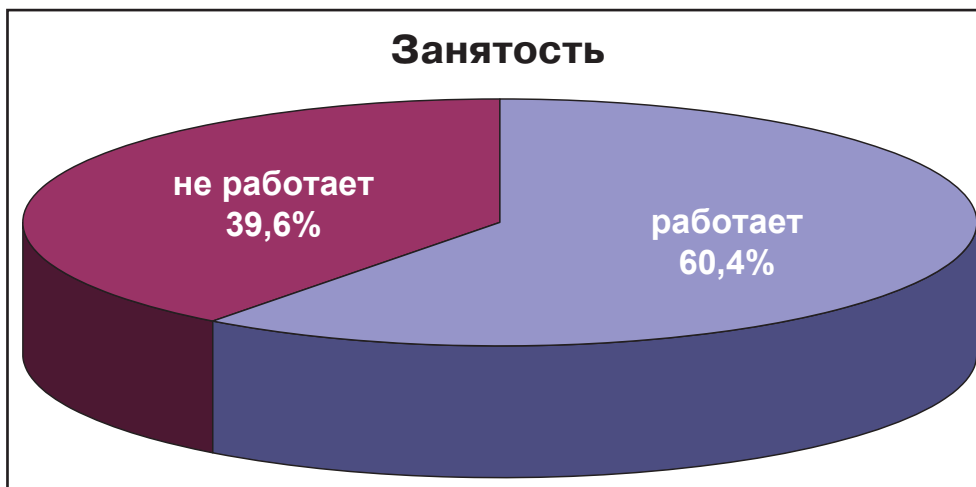
Значение индекса >100 означает, что данную группу можно считать целевой для данного издания.

Значение индекса <100, означает, что данная группа не является целевой для издания.



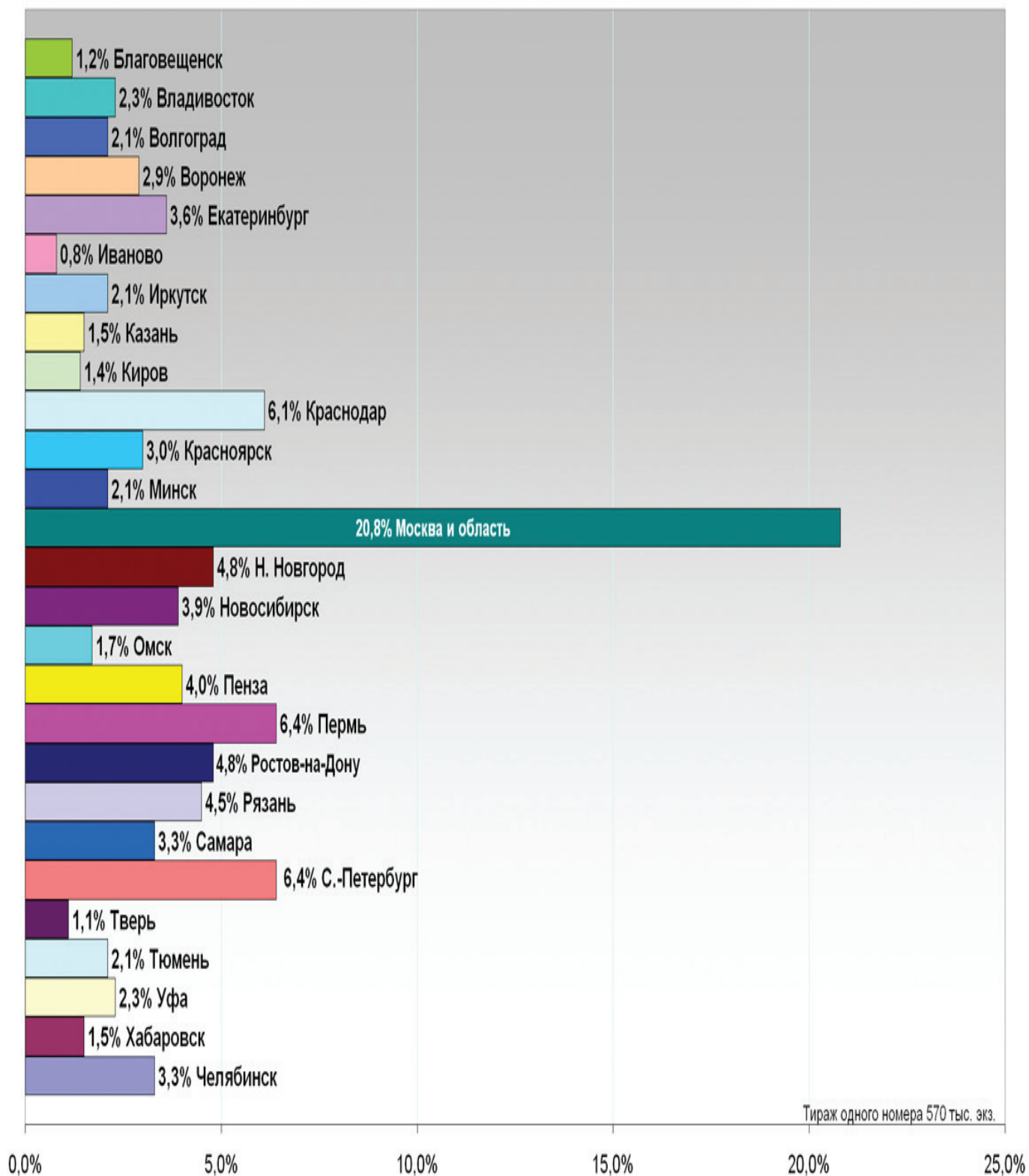
« () »





«

»



а

(AIR)

«

» —

		AIR	AIR %	% of AIR	Affinity Index
Москва в целом		202,4	2,1	100,0	100
Пол	мужчины	94,5	2,0	46,7	100
	женщины	107,9	2,1	53,3	100
Возраст	16-19	2,7	0,7	1,4	36
	20-24	1,3	0,2	0,7	9
	25-34	10,9	0,6	5,8	30
	35-44	28,7	1,7	15,2	84
	45-54	44,7	2,5	23,7	120
	55-64	48,7	3,6	25,8	175
	65+	51,6	3,4	27,3	167
Пол / возраст	муж/16-19	1,2	0,6	0,6	31
	муж/20-24	0,6	0,2	0,3	9
	муж/25-34	5,7	0,6	3,0	30
	муж/35-44	13,2	1,5	7,0	74
	муж/45-54	20,3	2,3	10,8	112
	муж/55-64	25,6	4,3	13,6	209
	муж/65+	21,5	4,2	11,4	205
	жен/16-19	1,5	0,8	0,8	40
	жен/20-24	0,7	0,2	0,4	10
	жен/25-34	5,2	0,6	2,8	29
	жен/35-44	15,6	1,9	8,3	95
	жен/45-54	24,4	2,6	12,9	128
	жен/55-64	23,1	3,0	12,3	148
	жен/65+	30,0	3,0	15,9	148
Занятость	работают	113,4	2,0	60,1	100
	не работают	75,3	2,1	39,9	100
Образование	н. среднее	2,9	1,0	1,6	51
	среднее	100,1	1,8	53,1	88
	высшее	85,6	2,5	45,4	124
Семейное положение	женаты / замужем	126,6	2,4	67,1	115
	холосты / незамужем	61,2	1,6	32,4	79
Материальное положение семьи	Хватает только на еду	18,9	1,9	10,0	90
	хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	107,3	2,3	56,9	110
	могут покупать дорогие вещи, но не все, что захотят	51,9	1,8	27,5	87
	полный достаток, не ограничены в средствах	6,1	2,2	3,2	108
Финансовый статус	«высокообеспеченные»	30,7	1,7	16,3	81
	«обеспеченные»	67,7	2,0	35,9	98
	«средние»	41,3	2,2	21,9	109
	«малообеспеченные»	24,1	2,5	12,8	120
Социальный статус	руководители	30,3	2,6	16,0	128
	специалисты	25,5	1,9	13,5	93
	служащие	21,0	1,9	11,1	93
	рабочие	27,9	1,7	14,8	82
	студенты, учащиеся	2,5	0,6	1,3	29
	пенсионеры	53,2	2,5	28,2	123
	домохозяйки, молодые мамы	5,9	0,9	3,1	43
	другое	22,5	3,0	11,9	147



(AIR)

«

а

» —

		AIR	AIR %	% of AIR	Affinity Index
Москва в целом		202,4	2,1	100,0	100
Проведение свободного времени за месяц	в театрах	58,9	3,1	29,1	149
	в кино	66,7	1,9	33,0	94
	в ресторанах, кафе	83,4	1,7	41,2	85
	в спортивных клубах	34,4	2,0	17,0	99
	в салонах красоты	69,2	2,1	34,2	102
	на дискотеках, в клубах (12-30 лет)	4,0	0,6	2,0	29
	не бывают нигде	61,1	2,1	30,2	102
Поездки за границу	совершали деловые поездки за границу	7,0	2,6	3,7	128
	совершали туристические поездки за границу	35,1	2,3	18,6	112
	не были за границей за последние полгода	149,5	2,0	79,2	97
Наличие дачи / дома в деревне	есть	126,6	2,1	67,1	104
	нет	61,3	1,9	32,5	94
Покупка сотового телефона за последние три месяца	покупали	36,4	1,9	19,3	91
	не покупали	152,2	2,1	80,7	103
Наличие автомобиля в семье	есть	110,7	2,1	58,7	100
	нет	75,8	2,0	40,2	99
Тип автомобиля	отечественный	37,9	2,6	20,1	125
	импортный	80,8	2,0	42,8	96
Где пользуются компьютером	на работе	67,1	2,1	35,6	101
	дома	109,2	1,8	57,9	89
	в учебном заведении, на курсах	2,7	0,8	1,5	37
	в интернет-кафе, в платном компьютерном центре	1,2	0,6	0,6	28
	в гостях	12,5	1,6	6,6	77
	в другом месте	3,0	1,2	1,6	58
	не пользовались	59,7	2,4	31,6	119
Использование компьютера за месяц	пользовались	129,0	1,9	68,4	93
	не пользовались	59,7	2,4	31,6	119
Использование электронной почты за месяц	пользовался	91,9	1,9	48,7	91
	не пользовался	96,7	2,3	51,3	111
Internet monthly reach		120,8	1,9	64,0	93
Частота пользования сетью Интернет	Каждый или почти каждый день	84,3	1,7	44,7	83
	2-3 раза в неделю	18,5	2,4	9,8	116
	1 раз в неделю	13,7	5,0	7,3	242
	2-3 раза в месяц	3,0	1,6	1,6	80
	1 раз в месяц	1,3	1,4	0,7	70

колонка **AIR** (Аудитория одного номера, Average Issue Readership, AIR)

Аудитория одного номера издания в тысячах человек среди всего населения или в целевой группе. Например, усреднённое количество читателей издания «Аргументы недели» составляет 88100 мужчин и 100500 женщин.

колонка **AIR%**

Аудитория издания в процентах среди всего населения или в целевой группе. Например, 2.1% всех женщин Москвы (16 лет и старше) являются читателями издания «Аргументы недели»

колонка **% of AIR**

% от аудитории одного номера издания. Например, в аудитории издания «Аргументы недели» 46.7% мужчин и 53.3% женщин.

колонка **Affinity Index**

Отношение аудитории издания в целевой группе (в %) к аудитории издания среди всего населения (в %). Например, значение индекса для мужчин 55-64 лет составляет 209

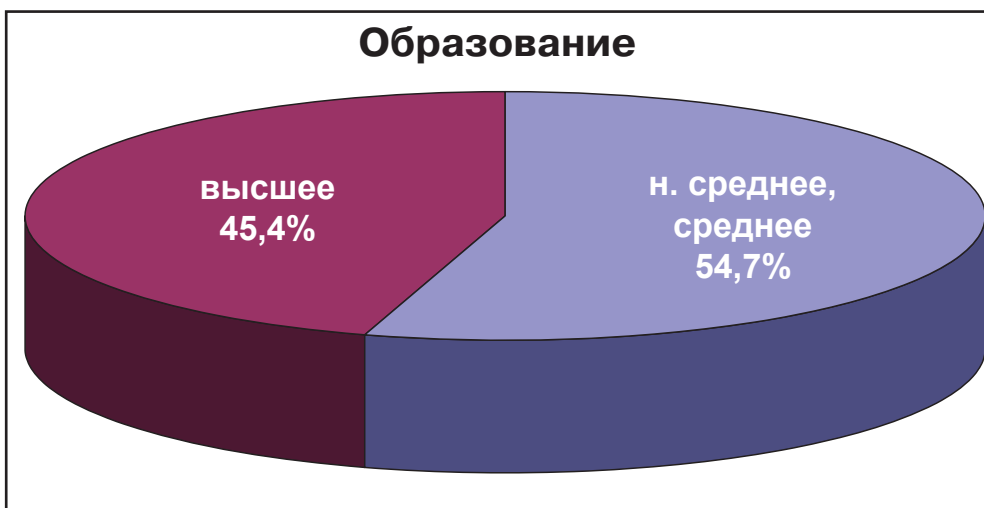
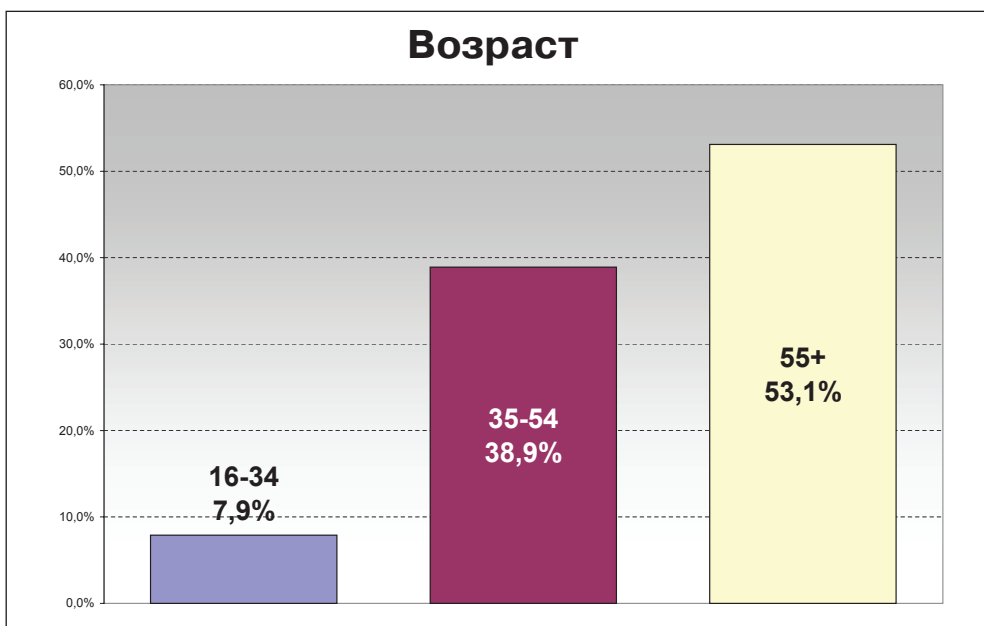
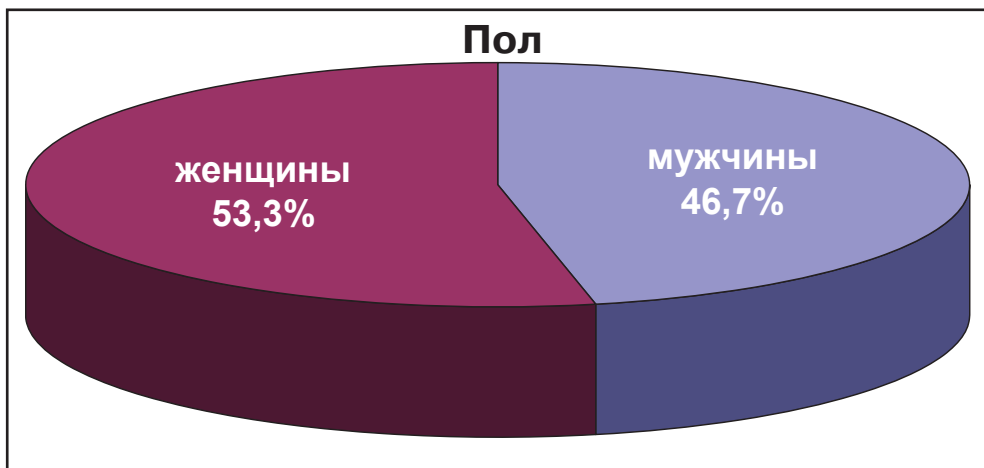
Среднее значение индекса = 100.

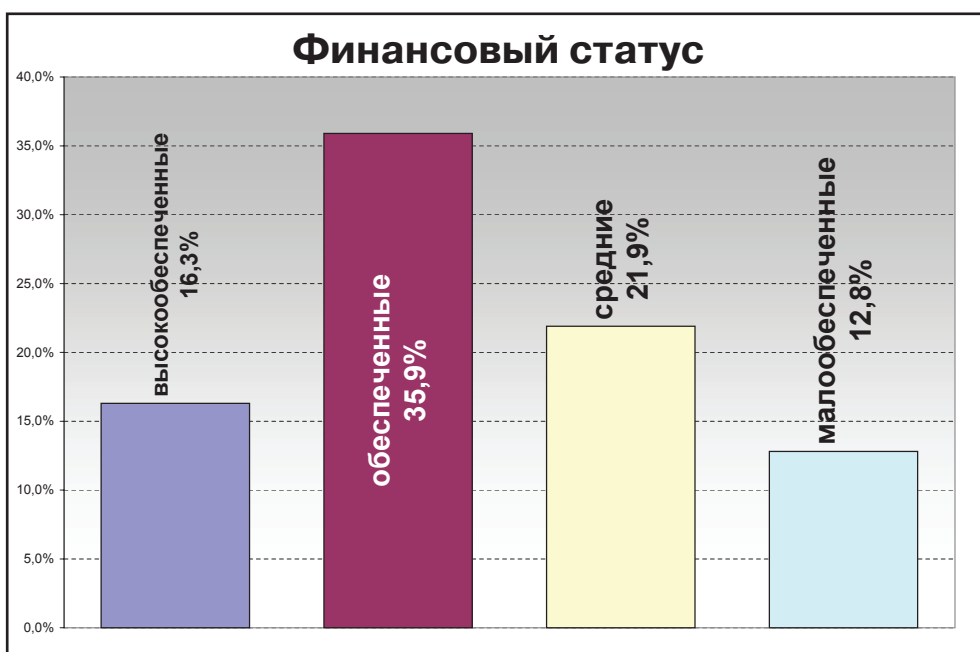
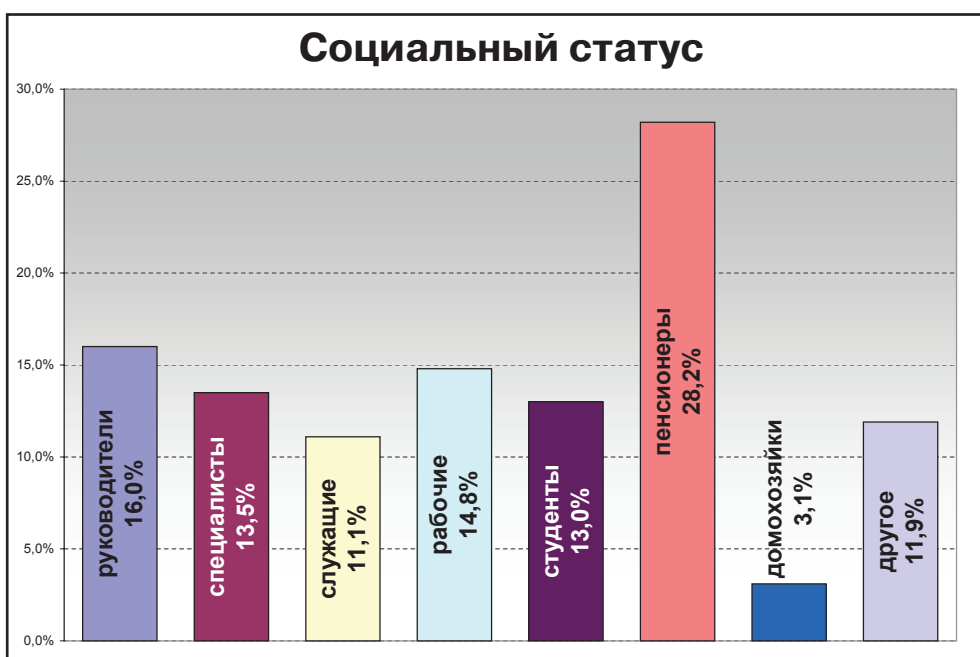
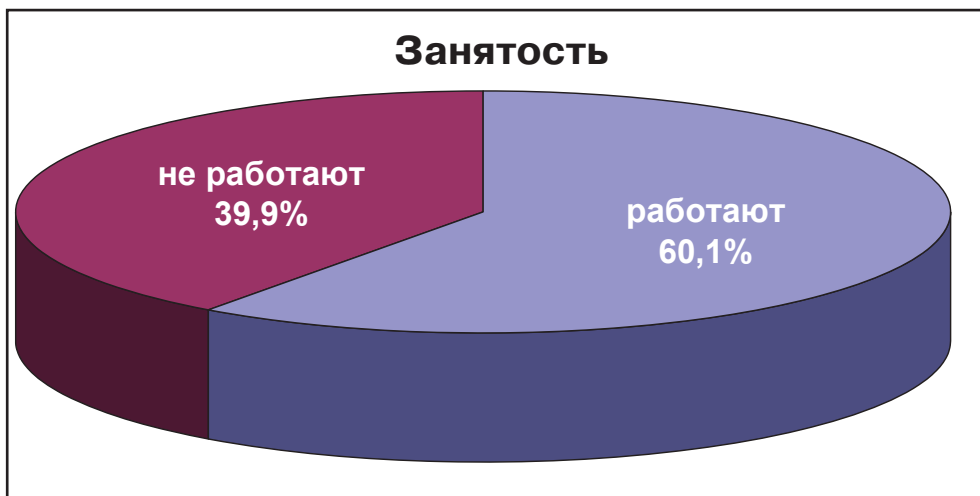
Это означает, что в аудитории издания «Аргументы недели» доля мужчин данного возраста примерно в 2.1 раза больше, чем аналогичная доля среди населения Москвы в целом.

Значение индекса >100 означает, что данную группу можно считать целевой для данного издания.

Значение индекса <100, означает, что данная группа не является целевой для издания.

« _____ » (_____)





Действует с 1 января 2014 г.

ТИРАЖ	587 000 ЭКЗ.
РАСПРОСТРАНЕНИЕ	ВСЯ РОССИЯ (МОСКВА – 125 000 ЭКЗ., РЕГИОНЫ – 462 000 ЭКЗ.)
КОЛИЧЕСТВО ПОЛОС	32
ФОРМАТ	А 3
ПЕРИОДИЧНОСТЬ	ЕЖЕНЕДЕЛЬНО (ПО ЧЕТВЕРГАМ)

ТАРИФЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ

Формат	Размеры		Стоимость размещения на всю Россию, в т.ч. Москва (рубли)			
	Горизонтальный	Вертикальный	Размещение на 3-5 полосах	Размещение на 6-15 полосах	Размещение на 25-39 полосах	Размещение на последней полосе
1 полоса		259x364	-	360 000	300 000	-
1/2	259x180		-	180 000	150 000	-
1/4	259x90	127,5x180	100 000	90 000	75 000	120 000
1/8	127,5x90 259x45	62x180	50 000	45 000	37 500	60 000
1/16	127,5x45	62x86	25 000	22 500	18 750	30 000
1/32	62x41		12 500	11 250	9 375	15 000

- Размещение на 1-й полосе:
Анонсы: 1/32 А3 — 22 500 руб., 1/16 А3 — 45 000 руб.
Левый верхний блок 115x41 — 60 000 руб.
Ленточка внизу 260x20 — 50 000 руб.
- На 3-й и 5-й полосах и на последней полосе размещаются модули размером не более 1/4 полосы.

НАЦЕНКИ

- За срочность (за 3 дня до выхода публикации) — 50%.
- Позиционирование (размещение на определенной полосе или определенном месте полосы) — 20%. На тематическую рекламу в специальных рубриках и приложениях («Правовед», «Своя земля», «Здоровье») наценка не распространяется.

СКИДКИ

- «Приветственная» скидка клиентам, не размещавшим ранее рекламу в еженедельнике «Аргументы недели», — 10 %.
- Скидки за объем и кратность обсуждаются индивидуально.
- **На первую и последнюю полосу скидки не предоставляются.**

УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ И РАЗМЕЩЕНИЯ

- Предоплата — 100 %. НДС 18 % (в указанные цены включен).
- Макет рекламного объявления и документ об оплате предоставляются не позднее 4 дней до даты выхода номера.

Дирекция по рекламе еженедельника «Аргументы недели»

Москва, Тверская ул., дом 18, стр. 1 (станции метро «Пушкинская», «Тверская», «Чеховская»)

Многоканальный телефон: + 7 (495) 638-52-63; e-mail: reklama@argumenti.ru

www.argumenti.ru

Действует с 1 января 2014 г.

ТИРАЖ	587 000 ЭКЗ.
РАСПРОСТРАНЕНИЕ	ВСЯ РОССИЯ (МОСКВА – 125 000 ЭКЗ., РЕГИОНЫ – 462 000 ЭКЗ.)
КОЛИЧЕСТВО ПОЛОС	32
ФОРМАТ	A 3
ПЕРИОДИЧНОСТЬ	ЕЖЕНЕДЕЛЬНО (ПО ЧЕТВЕРГАМ)

ТАРИФЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В МОСКОВСКОМ ТИРАЖЕ

Формат	Размеры		Стоимость размещения (рубли)
	Горизонтальный	Вертикальный	Редакционная полоса
1 полоса		259x364	160 000
1/2	259x180		80 000
1/4	259x90	127,5x180	40 000
1/8	127,5x90 259x45	62x180	20 000
1/16	127,5x45	62x86	10 000
1/32	62x41		5 000

НАЦЕНКИ

- За срочность (за 3 дня до выхода публикации) — 50%.

СКИДКИ

- «Приветственная» скидка клиентам, не размещавшим ранее рекламу в еженедельнике «Аргументы недели», — 10 %.
- Скидки за объем и кратность обсуждаются индивидуально.

УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ И РАЗМЕЩЕНИЯ

- Предоплата — 100 %. НДС 18 % (в указанные цены включен).
- Макет рекламного объявления и документ об оплате предоставляются не позднее 4 дней до даты выхода номера.

Дирекция по рекламе еженедельника «Аргументы недели»

Москва, Тверская ул., дом 18, стр. 1 (станции метро «Пушкинская», «Тверская», «Чеховская»)

Многоканальный телефон: + 7 (495) 638-52-63; e-mail: reklama@argumenti.ru

www.argumenti.ru

Действует с 1 января 2014 г.

ТИРАЖ	587 000 ЭКЗ.
РАСПРОСТРАНЕНИЕ	ВСЯ РОССИЯ (МОСКВА – 125 000 ЭКЗ., РЕГИОНЫ – 462 000 ЭКЗ.)
КОЛИЧЕСТВО ПОЛОС	32
ФОРМАТ	A 3
ПЕРИОДИЧНОСТЬ	ЕЖЕНЕДЕЛЬНО (ПО ЧЕТВЕРГАМ)

ТАРИФЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ ПУБЛИКАЦИЙ

Формат	Стоимость (рубли) (с учетом НДС 18%)	
	Россия, в т.ч. Москва	Москва
1 полоса	400 000	240 000
1/2	200 000	120 000
1/4	100 000	60 000
1/8	50 000	30 000
1/16	25 000	15 000
1/32	12 500	7 500

НАЦЕНКИ

- За срочность (за 2 дня до выхода публикации) — 50%.
- Размещение анонса на 1-й полосе — 200%.
- Размещение на последней полосе (не более 1/8 полосы) — 100%.
- Дублирование материала на сайте www.argumenti.ru — 10%, но не меньше 15 000 руб.

УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ

- Предоплата — 100 %.

ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ

- Редакция имеет право отказать в публикации рекламного материала, если в нем содержится информация, не соответствующая действующему законодательству, противоречащая редакционной политике, ущемляющая интересы третьих лиц, либо вводящая читателей в заблуждение.
- Редакция оставляет за собой право без искажения смысла и содержания материала редактировать предоставленный рекламный текст, согласовывая при этом вносимые изменения с Заказчиком.
- Принимая во внимание ограниченный объем московских полос, текстовая реклама на Москву принимается только по столичной тематике

Дирекция по рекламе еженедельника «Аргументы недели»

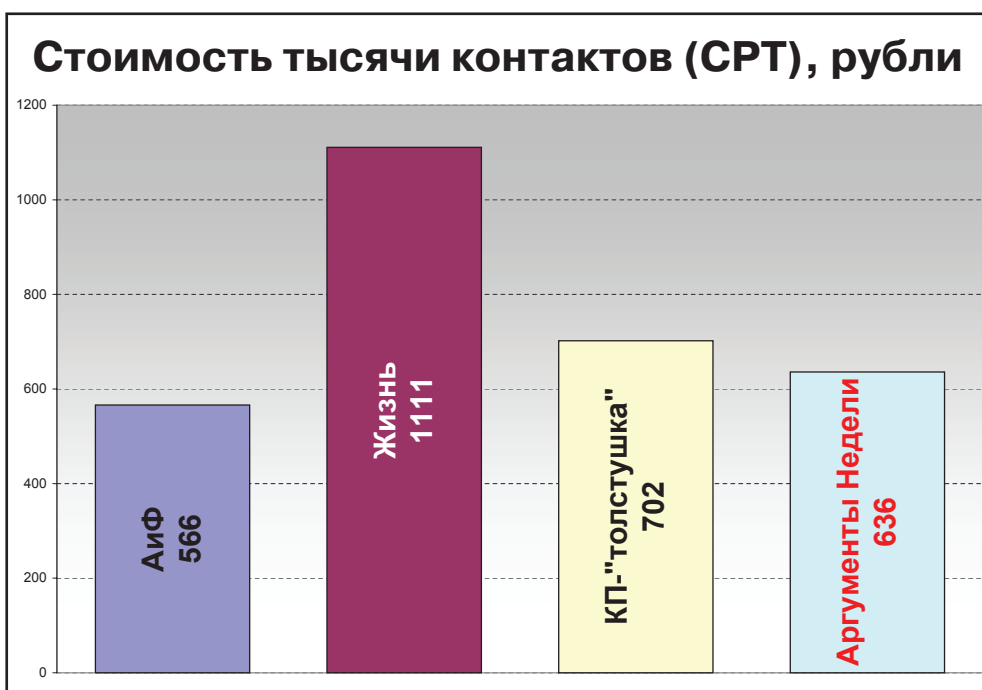
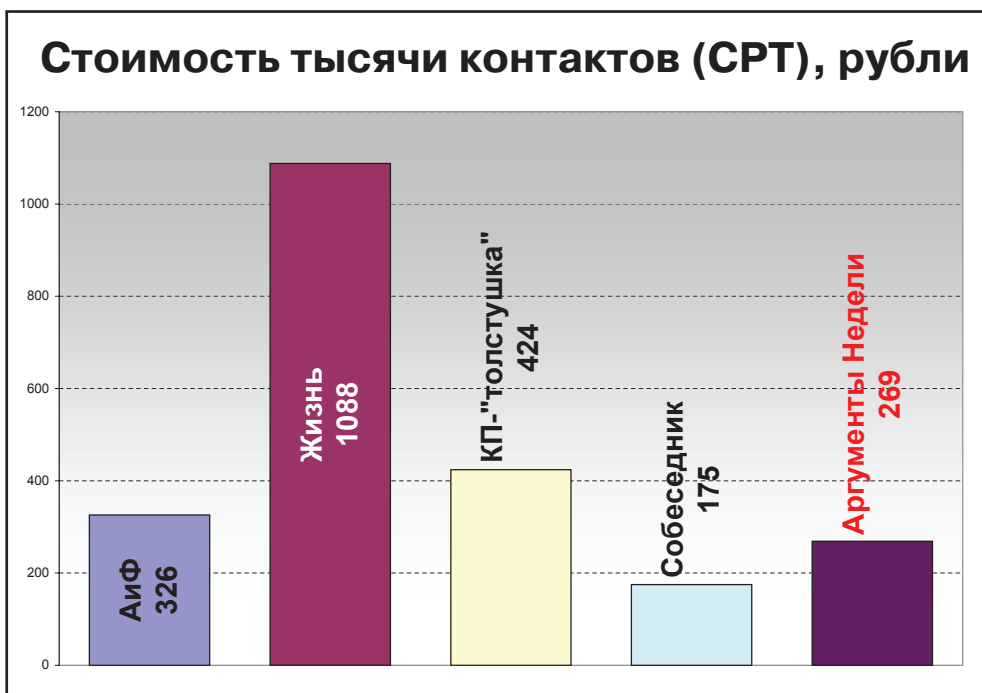
Москва, Тверская ул., дом 18, стр. 1 (станции метро «Пушкинская», «Тверская», «Чеховская»)

Многоканальный телефон: + 7 (495) 638-52-63; e-mail: reklama@argumenti.ru

www.argumenti.ru

«

»



Сайт, на котором выкладывались публикации еженедельника, появился практически одновременно с выходом печатной газеты – летом 2006 года. На протяжении определенного времени он оставался интернет-приложением к изданию. Ситуация начала меняться в 2008 году, когда у сайта появилась своя Служба новостей и главная страница наряду с редакционными материалами стала заполняться оперативной информацией.

Следующим шагом стала регистрация интернет-версии в виде самостоятельного СМИ — «Аргументы.ру» (Argumenti.ru), основу которого продолжают составлять материалы еженедельника.

Сейчас интернет-версия газеты круглосуточно обновляется не только новостными, но и полноценными журналистскими заметками и комментариями. У нее появилась своя быстро растущая аудитория, которая активно участвует в обсуждении материалов издания и даже в контентном наполнении сайта и самого еженедельника.

В настоящее время сайт Argumenti.ru уверенно входит в пятнадцать самых посещаемых интернет-версий печатных изданий. Сейчас более миллиона уникальных посетителей просматривают более 3 млн. страниц издания в месяц. Не удивительно, что рекламодатели уже обратили пристальное внимание на бурно растущее издание, и редакции даже пришлось изменить дизайн сайта, чтобы создать новые рекламные площади.