

№ 21 (7194)

Понедельник, 7 февраля 2023 года

Абонементы

Михаил Корень:
Эта эпоха не только
нужна, чтобы бороться
с преступностью, но и
история друзей и врагов
на 4



Древние коренные культуры
2 Музей этнографии и истории культуры «Фонды народов» готовит... на 3

Защитники от коронавируса
Российские медицинские работники выдвинулись на передовую... на 5

Проклятый аист
Дачник США переживает о своем аисте в Европе... на 6

«Красная жемчужина»
Экранизация романа о русском
оборонном... «Красная жемчужина»... на 7

Круизы дойдут до Арктики

Популярность круизов по Арктике растет. В этом году ожидается рекорд. Круизеры будут ходить по Северному морскому пути, что позволит сократить время в пути. Это будет выгодно и для туристов, и для компаний.

Транспорту добавят интеллекта

Внедрение интеллектуальных систем в транспорт поможет улучшить безопасность и эффективность. Это будет особенно актуально для крупных городов.

Кому «прописана» дистанция

Вопрос дистанции остается актуальным. Кто-то считает, что это нужно соблюдать всегда, кто-то считает, что это уже неактуально.

Болеем чаще, но легче

Вопрос здоровья остается актуальным. Многие люди начинают болеть чаще, но легче. Это может быть связано с изменением климата.

Грамотность поддержат субсидиями

Государство будет поддерживать грамотность. Это будет особенно актуально для регионов с низким уровнем образования.

Бытовые услуги. Ленобласть

1. Услуги по ремонту квартир и домов.
2. Услуги по ремонту автомобилей.
3. Услуги по ремонту бытовой техники.
4. Услуги по ремонту сантехники.
5. Услуги по ремонту электрики.
6. Услуги по ремонту кровли.
7. Услуги по ремонту фасадов.
8. Услуги по ремонту ландшафта.
9. Услуги по ремонту мебели.
10. Услуги по ремонту одежды.

Ковид по новым правилам

Правила ковида изменились. Это будет особенно актуально для регионов с высоким уровнем заболеваемости.

Снежные завалы ждут прокуроров

Снежные завалы могут быть опасны. Это будет особенно актуально для регионов с высоким уровнем осадков.

Упал — поднялся чемпионом

Первое российское золото на Олимпиаде в Пекине завоевал лыжник Александр Большунов.



Александр БОЛШУНОВ

Вопрос здоровья остается актуальным. Многие люди начинают болеть чаще, но легче. Это может быть связано с изменением климата.

Вопрос здоровья остается актуальным. Многие люди начинают болеть чаще, но легче. Это может быть связано с изменением климата.

Вопрос здоровья остается актуальным. Многие люди начинают болеть чаще, но легче. Это может быть связано с изменением климата.

Вопрос здоровья остается актуальным. Многие люди начинают болеть чаще, но легче. Это может быть связано с изменением климата.

7 ФЕВРАЛЯ

Вопрос здоровья остается актуальным. Многие люди начинают болеть чаще, но легче. Это может быть связано с изменением климата.

MEDIA KIT

2023

газета

печатная версия

РЕКЛАМА В «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИХ ВЕДОМОСТЯХ» — САМАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ



Подробнее: spbvedomosti.ru/advertising

Контакты: +7 (812) 320-22-77, reklama@spbvedomosti.ru

* по данным Mediascope и собственных исследований

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

Аудитория лояльна изданиям*

От **65%** до **83%** читателей, в зависимости от категории изданий, обращаются к газетам и журналам с прежней регулярностью либо читают даже больше, чем раньше.

Качество контакта высокое**

76% «Когда я читаю, я фокусируюсь на том, что читаю, и не люблю отвлекаться на другие дела»

67% «Я часто обсуждаю с другими людьми то, что прочитал (а) в изданиях»

61% «Я отвожу специальное время на чтение газет и журналов — время, которое хочу потратить на себя»

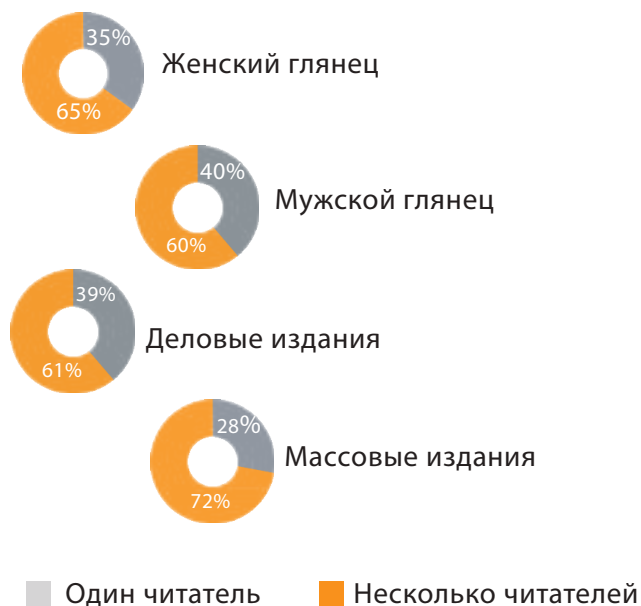
56% «Я не люблю читать издания в комнате, где работает телевизор или радио, потому что это отвлекает»

* Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016

** Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016 Процент читателей массовых газет и журналов, согласных с высказыванием

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

После прочтения издание передают другим людям*



Реклама в газетах и журналах для широкой аудитории по сравнению с другими медиа... **



*Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей, в % от читателей печатных версий изданий Клиентская конференция Mediascore: Москва, 20 декабря 2016

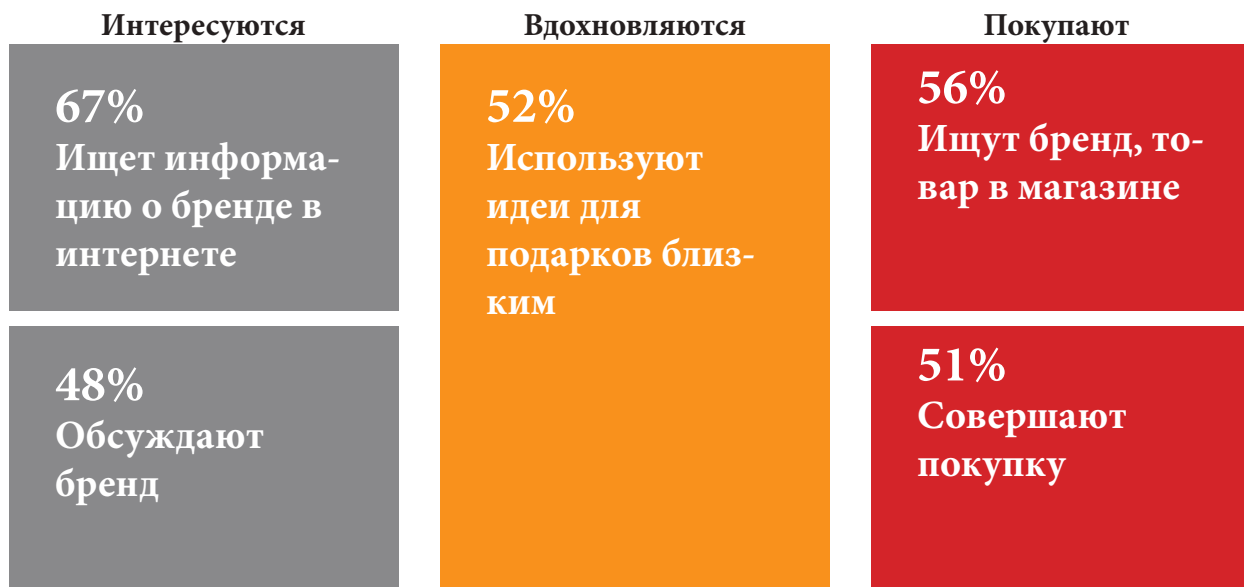
**Клиентская конференция Mediascore: Москва, 20 декабря 2016

Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей, % от читателей указанной категории

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ В ПРЕССЕ

Как работает реклама в массовых газетах и журналах*

После контакта с рекламой или рекламной статьей...



Ключевые выводы**

- Для регулярных читателей в возрасте 20-55 лет с уровнем дохода средним и выше среднего, пресса – источник качественной информации о брендах, товарах и услугах, источник идей, советчик, эксперт
- Реклама в прессе заметна, при этом она не раздражает, потому что вписывается в контекст
- Реклама в прессе создает привлекательный образ бренда и мотивирует к покупке
- Рекламные статьи и обзоры помогают в выборе товаров и услуг

*Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016

Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей, % от читателей указанной категории.

**Клиентская конференция Mediascope: Москва, 20 декабря 2016

Источник: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, опрос читателей.

СИЛА ГАЗЕТЫ

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ» —

ЕДИНСТВЕННАЯ ПЕТЕРБУРГСКАЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ ГАЗЕТА. ВЫХОДИТ ПЯТЬ РАЗ В НЕДЕЛЮ.

РЕКЛАМА У НАС — ЭТО **ЛУЧШЕЕ, ЧТО ЕСТЬ НА РЫНКЕ ПЕЧАТНЫХ СМИ.**

Престижно, авторитетно

Солидная газета для солидной публики. Аудитория одного номера газеты около 180 000 человек. Все материалы дублируются на сайте spbvedomosti.ru и там получают аудиторию ещё более 0,5 млн человек в месяц. Недельный тираж около 110 000 экземпляров.

Читатели: губернаторы СПб и ЛО, депутаты заксобраний, высокопоставленные чиновники, судьи, правоохранительная система, топ-менеджеры крупного и среднего бизнеса. Люди, принимающие решения.

«Санкт-Петербургские ведомости» — официальный публикатор правовых документов Смольного.

Сила газеты — в вечности

Напечатанные в «СПВ» статья, интервью топ-менеджера, рекламный модуль навсегда входят в письменную историю России и мира. Всё, что напечатано в газете, — навечно. Уже не изменить, не удалить, не стереть. Ежедневно тысячи экземпляров «СПВ» поступают на бессрочное хранение в ФГУП «ИТАР-ТАСС», в центральную городскую библиотеку, оседают в общедоступных, производственных, ведомственных подшивках.

Наше время будут изучать не по интернету, а по газетам. По публикациям и рекламе в «Санкт-Петербургских ведомостях». Так положено в исторической науке. «Что написано пером, не вырубить топором».

Сила газеты — в интеграции

Маркетинговые кампании эффективны, если добавляются модули или статьи в «СПВ». Они повышают рентабельность кампании и доверие аудитории. При рекламе в газете «СПВ» эффективность маркетингового плана повышается на 15%.

Сила газеты — в доверии

Потребители не доверяют интернет-рекламе. А к газете отношение другое. У «СПВ» полное и безоговорочное доверие читателей. Поэтому наша газета — надёжная платформа для рекламодателей.

Высокое доверие со стороны читателей и органов власти подтвердил лично губернатор Санкт-Петербурга во время визита 13 января 2021 года в редакцию «СПВ».

Сила газеты — в длительности контакта

Хаос интернет-рекламы привёл к баннерной слепоте. Газета «СПВ» — размеренное и спокойное пространство. Реклама в «СПВ» рано или поздно дойдет до потребителя. Он так или иначе прочтает газету. Объявления и модули в «СПВ» просматриваются в 5 раз дольше, чем цифровая реклама. Газетная реклама не исчезает с выключением смартфона, она лежит у потребителя под рукой днями, неделями, месяцами.

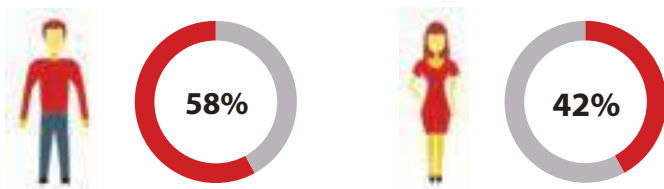
АУДИТОРИЯ

Каждый номер газеты «Санкт-Петербургские ведомости» читают более 180 000 человек*.

(*данные Mediascope — С.-Петербург и собственных исследований)

СТРУКТУРА АУДИТОРИИ:

ПОЛ



ДОХОД

62%
достаток выше среднего

30%
средний достаток

8%
сильно ограничены в средствах

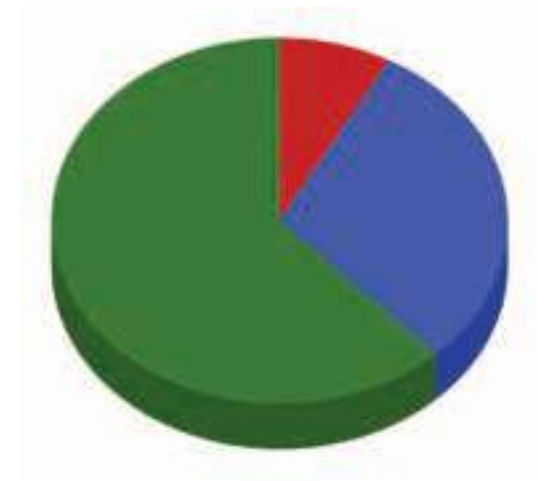
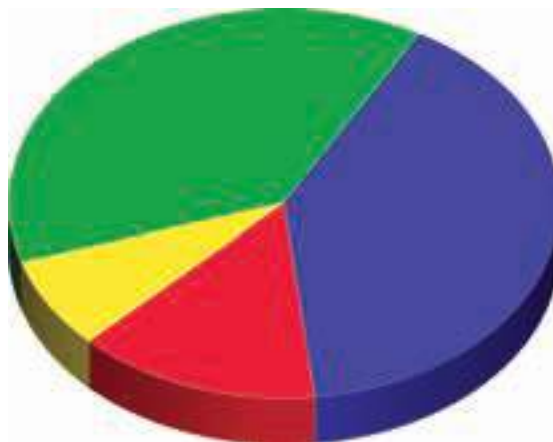
ВОЗРАСТ

41%
45 – 64 года

38%
25 – 44 года

14%
старше 65 лет

7%
до 24 лет



АУДИТОРИЯ

Каждый второй читатель газеты относится к среднему классу.

В аудитории газеты «Санкт-Петербургские ведомости» **каждый третий** проживает в семье, состоящей из трех человек, почти **каждый пятый** — в семье, состоящей из четырех человек.

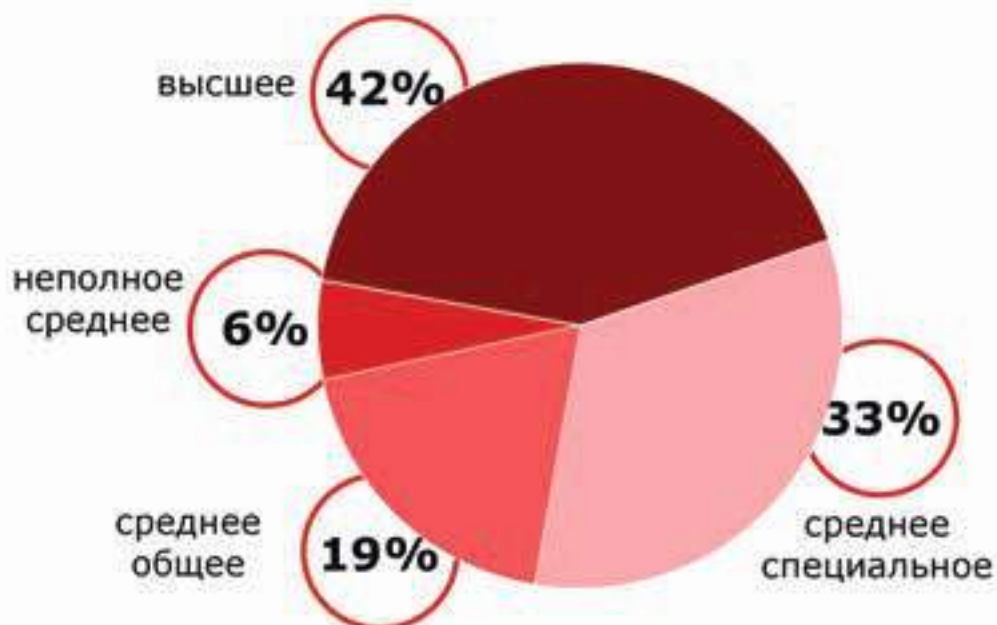
27% читателей имеют детей до 15 лет.

Газета «Санкт-Петербургские ведомости» интересна читателям различных профессиональных групп и разного уровня жизни.

Практически каждый пятый читатель газеты занимает руководящий пост петербургского госаппарата или бизнеса.

Газету читают руководители органов власти, пресс-службы губернаторов Санкт-Петербурга и Ленинградской области, депутаты Законодательного собрания и Государственной думы.

ОБРАЗОВАНИЕ



ЗАНЯТОСТЬ



РАСПРОСТРАНЕНИЕ

Подписка:

- пресс-службы большинства крупных предприятий;
- у каждого руководителя органов исполнительной власти Санкт-Петербурга;
- десятки тысяч семей Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

В розничной сети:

- в сети «Первая полоса» (метрополитен);
- в сети магазинов «О'кей», «Лента» (пятничные номера).

Свободное распространение (выкладка бесплатных экземпляров):

- Единый центр документов;
- учреждения органов власти Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
- авиалинии: «Аэрофлот», Utair, «Ямал», NordStar, Azurair, зал официальных лиц и делегаций в Пулково-1;
- поезда «Сапсан»;
- медицинские учреждения СОГАЗ;
- банковские отделения;
- всесезонный курорт «Игора»;
- бизнес-залы Московского вокзала, Ленинградского вокзала (г. Москва).

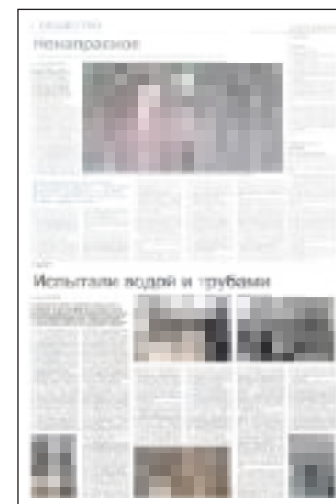
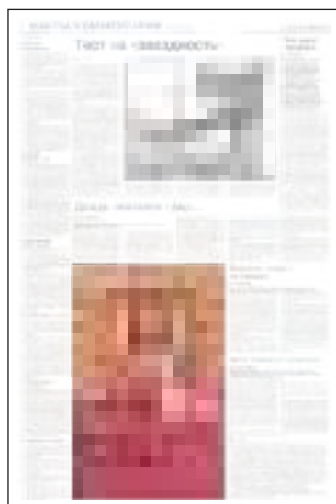
ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПОЛОСЫ И РУБРИКИ

Агро
 Акватория
 Братья наши меньшие
 Будьте здоровы
 Город в городе
 Дачники
 Диалог
 Индустрия
 История
 Качество жизни
 Культура
 Наследие
 Наука
 Недра
 Общество
 Память
 Площадь наций
 По закону
 Политика
 Право руля
 Путешествия
 Россия/мир
 Рынок труда
 Спорт
 Теневой клуб
 Фабрика
 Факты и комментарии
 Физкульт-ура
 Финансы
 Экология
 Экономика



НАШИ РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Мы работаем на протяжении многих лет с представителями органов власти, значимыми, известными компаниями Петербурга и Ленинградской области. Среди них – транспортные компании, авиакомпании, банки, медицинские компании и многие другие



РЕКЛАМНЫЕ ОПЦИИ

Специальные форматы размещения на первой полосе:



6 модулей

290 x 79 мм

29 640 руб.

9 модулей

348 x 99 мм

43 810 руб.

Ваша информация среди главных новостей номера!
Расскажите о своих важных событиях и успехах!

Другие размеры и возможности вы можете уточнить у сотрудников отдела рекламы.

Цена указана с учетом НДС 20%.

РЕКЛАМНЫЕ ОПЦИИ

Поздравления с днем рождения, юбилеем.



Стоимость определяется количеством модулей.

Имя юбиляра и имена тех, кто его поздравляет, останутся в письменной истории России. Газета — это вечность.

Другие размеры и возможности вы можете уточнить у сотрудников отдела рекламы.

Цена указана с учетом НДС 20%.

Наценка за размещение на 1-й полосе + 30%.

Наценка за публикацию в пятничном номере под рубрикой «Реклама» + 30%.

Наценка за размещение на последней полосе +30%.

РЕКЛАМНЫЕ ОПЦИИ

1 полоса (48 модулей)

✚ 348 x 530 мм
(до 24 000 знаков включая пробелы)
₽ 162 000 руб.

**1/2 полосы (24 модуля)**

✚ 348 x 265 мм
(до 12 000 знаков включая пробелы)
₽ 88 700 руб.

**1/3 полосы (16 модулей)**

✚ 116 x 530 мм
(до 8000 знаков включая пробелы)
₽ 59 900 руб.

**1/4 полосы (12 модулей)**

✚ 174 x 266 мм
(до 6000 знаков включая пробелы)
₽ 44 900 руб.

**9/48 полосы (9 модулей)**

✚ 232 x 149 мм
(до 4500 знаков включая пробелы)
₽ 33 700 руб.



Другие размеры и возможности вы можете уточнить у сотрудников отдела рекламы.

Цена указана с учетом НДС 20%.

Наценка за размещение на 1-й полосе + 30%.

Наценка за публикацию в пятничном номере под рубрикой «Реклама» + 30%.

Наценка за размещение на последней полосе +30%.

РЕКЛАМНЫЕ ОПЦИИ

1/18 полосы (6 модулей)

116 x 198 мм
(до 3000 знаков включая пробелы)

22 800 руб.

**1/12 полосы (4 модуля)**

116 x 132 мм
(до 2000 знаков включая пробелы)

15 200 руб.

**1/16 полосы (3 модуля)**

116 x 99 мм
(до 1500 знаков включая пробелы)

11 400 руб.

**2/48 полосы (2 модуля)**

58 x 132 мм
(до 1000 знаков включая пробелы)

7700 руб.

**1/48 полосы (1 модуль)**

116 x 33 мм
(до 500 знаков включая пробелы)

4300 руб.



Другие размеры и возможности вы можете уточнить у сотрудников отдела рекламы.

Цена указана с учетом НДС 20%.

Наценка за размещение на 1-й полосе + 30%.

Наценка за публикацию в пятничном номере под рубрикой «Реклама» + 30%.

Наценка за размещение на последней полосе +30%.

ПРИЧИНЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В ГАЗЕТЕ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ»

Великолепная аудитория

«Санкт-Петербургские ведомости» — солидная газета для солидной публики. Аудитория одного номера газеты около 180 000 человек. Все материалы дублируются на сайте spbvedomosti.ru и там получают аудиторию ещё более 0,5 млн человек в месяц со всего мира. Недельный тираж около 110 000 экземпляров.

Читатели: губернаторы Санкт-Петербурга и Ленинградской области, депутаты законодательных собраний, депутаты Государственной думы, крупные чиновники, члены Совета Федерации, судьи, топ-менеджеры крупного и среднего бизнеса. Люди, принимающие решения.

«СПВ» раздаётся пассажирам «Аэрофлота», Utair, «Ямал», NordStar, Azurair, поездов «Сапсан»; в отделениях АБ «РОССИЯ»; посетителям курорта «Игора»; в бизнес-залах Московского вокзала.

Ко всему вышесказанному, «Санкт-Петербургские ведомости» — официальный публикатор правовых документов законодательной и исполнительной власти. Максимум представительности и авторитета.

Аксиома рекламной науки: газета — идеальное средство рекламирования для бренда, который хочет сформировать широкий круг клиентов.

Газета — билет в вечность

Кто понимает важность остаться в истории, размещаются в «Санкт-Петербургских ведомостях».

Напечатанные в «СПВ» статья, интервью топ-менеджера, рекламный модуль бренда навсегда входят в письменную историю России и мира. Всё, что напечатано в газете, — навечно. Уже не изменить, не удалить, не стереть. Ежедневно тысячи экземпляров «СПВ» поступают на бессрочное хранение в ФГУП «ИТАР-ТАСС», центральную городскую библиотеку, оседают в общедоступных, производственных, ведомственных подшивках.

Газета — черновик истории. Историю Российской империи, Советского Союза пишут по газетам того времени и затем переносят в учебники. Наше время тоже будут изучать по газетам, по публикациям в «Санкт-Петербургских ведомостях». Так положено в исторической науке. «Что написано пером, не вырубить топором».

Газета усилит любую маркетинговую стратегию

Маркетинговые кампании эффективны, если добавляются модули или статьи в «СПВ». Публикации в главной городской газете повышают рентабельность кампании и доверие аудитории. Показывают ваши статусность и стабильность. По отзывам наших клиентов, когда к рекламе в интернете или на ТВ добавляют публикации в «СПВ», результативность маркетингового плана повышается на 15%.

В газетной рекламе можно обстоятельно разместить схему проезда, адреса магазинов, условия продаж, скидки и т. п.

Мы вашу рекламу очистим от орфографических, стилистических или синтаксических ошибок (больше никто этого не делает). Это ваш имидж.

Реклама в газете формирует у покупателя высокий уровень доверия к фирме, марке, бренду, товару, услуге, специалистам. Вы продаете через сайты, и потребитель будет покупать охотнее, если видел вашу рекламу в «СПВ».

Теперь доверяют только газетам

Самое высокое доверие читателя осталось, пожалуй, только к старым добрым бумажным газетам. Поэтому «СПВ» — надёжная платформа для рекламодателей. У нас авторитет и отсутствие фейков. У нас полное и безоговорочное доверие читателей. Мы всё проверяем и дорожим репутацией.

Высокое доверие со стороны читателей и органов власти подтвердил лично губернатор Санкт-Петербурга во время визита 13 января 2021 года в редакцию «СПВ».

Именно через газету петербуржцы отождествляют себя с обществом в целом. Авторитет «СПВ» базируется на том факте, что газету создают солидные, умные и честные люди, и доверие к размещённой у нас информации, включая рекламу, заслуженно высокое. Репутация «СПВ» распространяется и на ваши рекламные материалы.

Долгий контакт с потребителем

Хаос цифровой рекламы привёл к баннерной слепоте. А в классической газете «Санкт-Петербургские ведомости» — размеренное и спокойное пространство. Реклама в «СПВ» рано или поздно дойдет до потребителя. Объявления и модули в «СПВ» просматриваются в 5 раз дольше, чем в интернете. Газетная реклама не исчезает с выключением смартфона, она лежит перед глазами потребителя днями, неделями, месяцами. Он возвращается к ней снова и снова.

Выгодные цены

Где ещё за 10 000 рублей вы получите потенциальную аудиторию не менее 180 000 читателей и бесконечную аудиторию будущих поколений?

Цены на рекламу в «СПВ» очень демократичные. Спрос постоянно увеличивается: успеете, пока расценки не выросли.

Разместить рекламу в газете удобнее и дешевле, чем в других СМИ. И уж точно в разы проще, чем в директе или адвордсе. У нас живые люди, а не роботы и безликие модераторы.

В некоторых случаях мы можем опубликовать рекламу без предоплаты, по гарантийному письму.

Кроме того, изготовив однажды оригинал-макет, можно пользоваться им многократно.

НЕСКОЛЬКО ТЕХНИЧЕСКИХ СОВЕТОВ ПО РЕКЛАМЕ В ГАЗЕТЕ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЕ ВЕДОМОСТИ»

- После прочтения в газете рекламы замысел (осуществление покупки) реализуется, как правило, в тот же день. Будьте готовы к шквалу звонков.
- Газета эффективна и для рекламы товаров, покупаемых импульсивно, таких как шампунь, зубная паста, порошок, шоколад и т. п.
- «СПВ» доставляется в десятки тысяч квартир и домов, где ваша реклама будет особенно интересна домохозяйкам и пенсионерам.
- «СПВ» прочитывают все члены семьи, поэтому эффективна реклама товаров длительного пользования — холодильников, телевизоров, стиральных машин, компьютеров и т. д. Обычно такие покупки обсуждаются на семейном совете, и газета для этого идеальная платформа.
- Если рекламодатель планирует многократное размещение, то идеальны такие пропорции: два раза по 1/2 полосы, или три раза по 1/3 полосы, или четыре раза по 1/4 полосы, или восемь раз по 9/48 полосы.
- Золотое правило: если бренд крупный, солидный, то он не должен давать рекламу маленького размера. Потребитель прослеживает прямую взаимосвязь размеров: большая реклама — большая компания, средняя реклама — средняя компания, маленькая реклама — маленькая компания.
- Для формирования доверия к производителю нужны повторы газетной рекламы. Один раз разместить рекламу в «СПВ» — хорошо, а несколько раз — ещё лучше. Повторяющаяся реклама помогает формированию ощущения хорошего знакомства с товаром, что способствует решению его купить.
- Опытные покупатели, спонтанные покупатели, молодые и пожилые люди, изучают по рекламе и саму компанию. Прежде чем совершить покупку, следят за рекламой бренда на протяжении длительного времени, решают: стоит иметь с ним дело или нет.
- Если реклама будет в виде статьи, интервью, репортажа, то написание текста лучше (но не обязательно) заказать у самой газеты. У нас работают лучшие журналисты-профессионалы.



Информация не является публичной офертой.

**Условия размещения уточняйте у менеджеров Отдела рекламы
газеты «Санкт-Петербургские ведомости»**

+7 (812) 320-22-77 reklama@spbvedomosti.ru