ДОРОГОЙ ГОРОД

МЕДИА КИТ/2011

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Жизнь в удовольствие

ОГЛАВЛЕНИЕ

Что такое «Дорогой город. Жизнь в удовольствие» 2

Портрет аудитории 3

География 4

Система распространения 6

График выхода в 2011 г. 8

Стоимость размещения рекламы 9

Ребрендинг 10

Структура 11

- СПЕЦПРОЕКТ 12
- ЛЮДИ 13
- МОДА 14
- ДУША И ТЕЛО 16
- ДОМ И ИНТЕРЬЕР 18
- СЕМЬЯ 19
- СТИЛЬ ЖИЗНИ 20
- ГОРОД 22

Технические требования 23

ЧТО ТАКОЕ ДОРОГОЙ ГОРОД

Предлагать требовательному и ценящему свое время читателю актуальную информацию о высоком качестве жизни, о товарах и услугах, модных новинках – такова задача журнала «Дорогой город. Жизнь в удовольствие».

Мы делаем многопрофильный журнал, который одновременно затрагивает несколько сфер повседневной жизни. Мы рассказываем о событиях города, его модных местах и заведениях, как новостная печать. Как модный журнал, мы говорим о тенденциях современной моды и иконах стиля прошлого. Как издание, посвященное семье и здоровью, мы пишем о детях, психологии отношений, свадьбах, секретах хорошей фигуры и полезных продуктах. Мы рассказываем о спорте и автомобилях, путешествиях и увлечениях. И главное – мы всегда пишем о людях, известных в Петербурге и за его пределами; нам интересны их истории и мнения, мысли и идеи.

Журнал «Дорогой город. Жизнь в удовольствие» не ставит цели научить читателя чему-то или убедить его в чем-то. Мы лишь рассказываем дорогим нам людям о том, что интересно нам самим. И о том, что помогает жить с удовольствием вне зависимости от политики и погоды.

Один из принципов нашей работы – не только рассказывать о событиях, но и создавать их. Стильные мероприятия и фотопроекты всегда интересны нашей публике.

«Дорогой город. Жизнь в удовольствие» – журнал для чтения, каждый из номеров которого становится событием.

ЖУРНАЛ ДЛЯ ТЕХ,КТО ЦЕНИТ ЖИЗНЬ

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ ЖУРНАЛА ДОРОГОЙ ГОРОД

Ядро аудитории журнала – люди с материальным достатком выше среднего, активной жизненной позицией и высокими требованиями к качеству жизни, ориентирующиеся на потребление товаров и услуг премиум-класса.

ПОЛ:
- Мужчины – 33%
- Женщины – 67%

МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ:
- Высокий достаток – 51,4%
- Средний и выше среднего – 38,4%
- Средний – 3,3%

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАТУС:
- Работают по найму – 84,7%
- Владельцы бизнеса – 12,3%

ОБРАЗОВАНИЕ:
- Высшее – 52,6%
- Среднее – 47,4%

ВОЗРАСТ:
- Более 45 лет – 5,8%
- 35-44 года – 34,7%
- 30-34 года – 30,2%
- 24-30 года – 29,3%

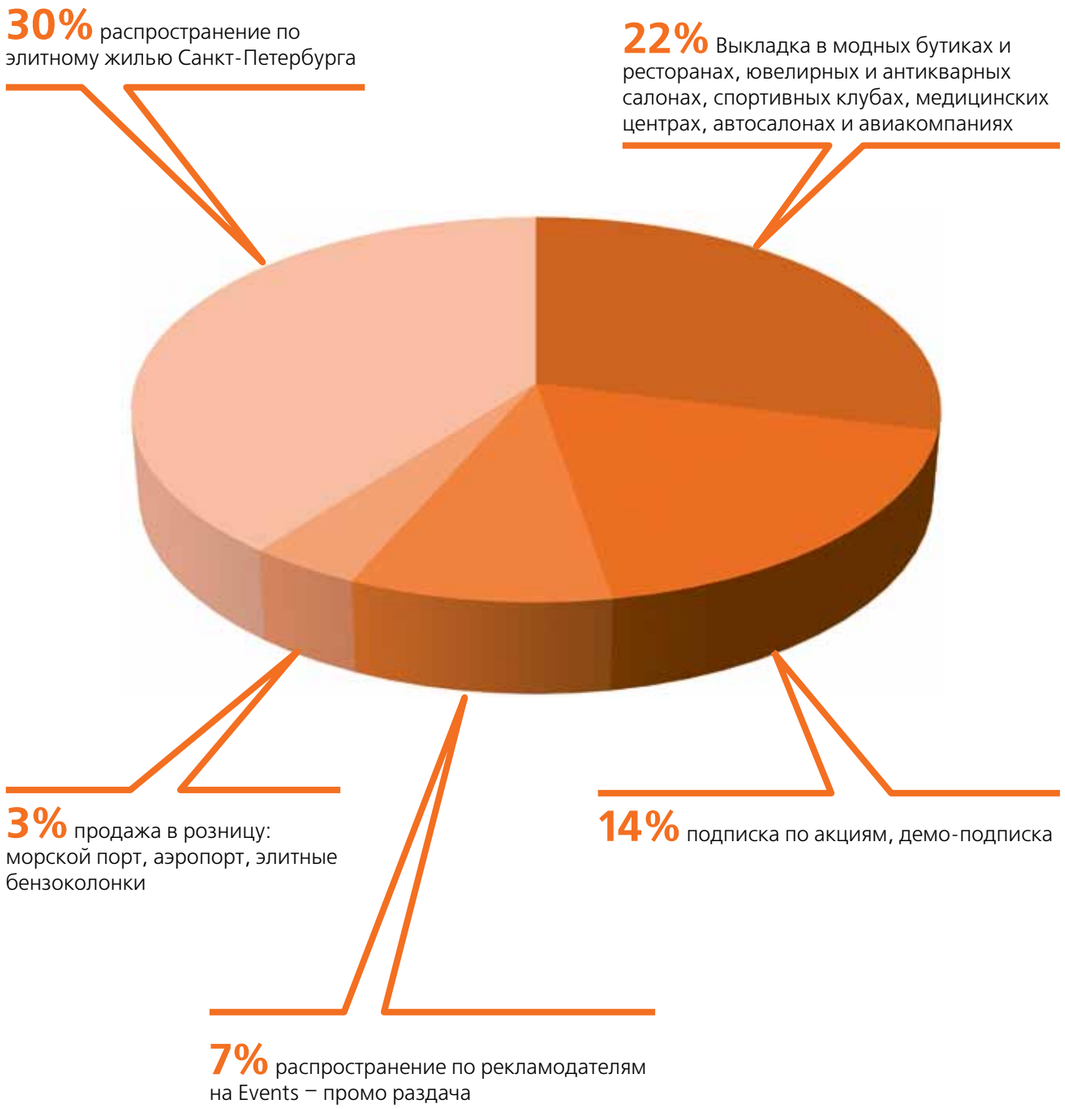
СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ:
- Состоят в браке – 71,7%
- В гражданском браке – 218,2%
- Не состоят в браке – 7,1%

НАЛИЧИЕ ДЕТЕЙ ДО 16 ЛЕТ:
- Есть дети –61%
- Нет детей – 39%

Выборгский район ЛО
1 адрес
20 экземпляров
Всеволожский район ЛО
1 адрес
10 экземпляров
Курортный район
Зеленогорск
4 адреса
65 экземпляров
Репино
11 адресов
135 эксземпляров
Солнечное
3 адреса
11 экземпляров
Сестрорецк
7 адресов
115 экземпляров
Лисий нос
2 адреса
20 экземпляров
Ольгино
2 адреса
7 экземпляров
Лахта
9 адресов
96 экземпляров
Приморский район
145 адресов
1717 экземпляров
Петродворцовый район
Петергоф
1 адрес
10 экземпляров
Стрельна
5 адресов
131 экземпляр
Выборгский район
138 адресов
2288 экземпляров
Калининский район
92 адреса
325 экземпляров
Красногвардейский район
47 адресов
115 экземпляров
Петроградский район
480 адресов
2525 экземпляра
Василеостровский район
181 адрес
2409 экземпляров
Центральный район
866 адресов
3132 экземпляров
Адмиралтейский район
155 адресов
603 экземпляра
Невский район
35 адресов
74 экземпляра
Фрунзенский район
27 адресов
89 экземпляров
Кировский район
75 адресов
514 экземпляров
Московский район
634 адреса
2519 экземпляров
Гатчинский район ЛО
Гатчина
1 адрес
10 экземпляров
Пушкинский район
5 адресов
60 экземпляров

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

ДОРОГОЙ ГОРОД



Телефоны отдела распространения в Санкт-Петербурге:
(812) 740-54-40, 740-54-44, 380-01-79

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

ДОРОГОЙ ГОРОД

Тираж 17 000 экз.

11 выпусков в 2011 году

Название	Кол-во точек	Кол-во экз.
VIP-рассылка руководителям и владельцам компаниями	720	720
Курьерская доставка для редакции	509	1366
Архитекторы-дизайнеры	285	285
Элитные жилые дома	217	5060
Бутики и ювелирные салоны	190	1073
Клиники эстетической косметологии, медицинские центры, салоны красоты	203	1061
Мебельные и интерьерные салоны	140	520
Рестораны	93	731
PR, рекламные службы	69	379
Отели	34	615
Бизнес центры	12	740
Фитнес клубы	19	130
Торговые центры	13	2700
Выставки, светские мероприятия	2	800
Морской порт (Peter line)	1	500
	2560	**17 000**

Система распространения по состоянию на 1 апреля 2011 г.

Телефоны отдела распространения в Санкт-Петербурге:
(812) 740-54-40, 740-54-44, 380-01-79

ГРАФИК ВЫХОДА ЖУРНАЛА в 2011 г.

ДОРОГОЙ ГОРОД

Номер журнала	Дата закрытия продаж рекламы*	Выход в свет
№1 (февраль)	13 января	3 февраля
№2 (март)	10 февраля	3 марта
№3(апрель)	17 марта	7 апреля
№4(май)	14 апреля	5 мая
№5 (июнь)	12 мая	2 июня
№6 (июль)	16 июня	7 июля
№7(август)	14 июля	4 августа
№8 (сентябрь)	11 августа	1 сентября
№9 (октябрь)	15 сентября	6 октября
№10 (ноябрь)	13 октября	3 ноября
№11 (декабрь)	15 декабря	27 декабря

*Редакция оставляет за собой право корректировать сроки закрытия продаж рекламы по мере наполнения рекламного пространства.

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ

ДОРОГОЙ ГОРОД

Модуль	Размер (мм) (ширина х высота)	Стоимость (руб.)*
2-я обложка	233x300	210 000
3-я обложка	233x300	160 000
4-я обложка	233x300	260 000
1-й разворот	466x300	250 000
2-й разворот	466x300	220 000
Разворот внутри рубрики	466x300	160 000
Разворот внутри рубрики. Каталог	466x300	160 000
1 полоса в первой трети журнала	233x300	130 000
Обложка тематической тетради рубрики	233x230	130 000
1 полоса внутри рубрики. Каталог	233x230	100 000
1 полоса внутри рубрики	233x300	100 000
1/2 полосы	133x300	60 000
1/3 полосы	80x300	40 000

фотосессия : стоимость обсуждается отдельно
*Стоимость за публикацию в одном номере. Предусмотрены скидки и бонусные программы. За более подробной информацией обращайтесь в отдел продаж. Цены указаны с учетом НДС.

Скидки : до 3-х публикаций 15%
до 5-ти публикаций 25%
до 8 публикаций 35%
до 12 публикаций 45%

Телефоны отдела продаж в Санкт-Петербурге:
(812) 740-54-40, 740-54-44, 380-01-79

РЕБРЕНДИНГ

ДОРОГОЙ ГОРОД

Начиная с майского номера, «Дорогое удовольствие» меняет свое название и становится журналом «Дорогой город. Жизнь в удовольствие». По мнению редакции, характер и настроение нашего издания более соответствуют новому названию.

Первые номера показали, что рамки журнала значительно шире концепции «Дорогого удовольствия». «Дорогой город. Жизнь в удовольствие» – не только гид по товарам и услугам, но и информационное издание. Мы пишем о жизни дорогого нам города, его событиях, его талантливых людях, его интересных местах, товарах и услугах, модных новинках. Отзывы читателей на эти публикации, а также анализ рынка СМИ убедили нас, что именно такой формат рекламного издания ждут наши читатели.

«Дорогой город. Жизнь в удовольствие» –
встречайте знакомый журнал с новым именем!

ДОРОГОЙ ГОРОД

СТРУКТУРА

люди | мода | душа и тело | дом и интерьер | семья | стиль жизни | город

СТРУКТУРА

ДОРОГОЙ ГОРОД

БЛОК «СПЕЦПРОЕКТ»

Редакционный проект на знаковое событие месяца. В каждом номере – люди, история, интересные факты.

Рубрики:

«Событие» (актуальное событие глазами редакции)

«Частное мнение» (точка зрения известного человека по обсуждаемому вопросу)

«Горячая тема» (обмен мнениями по интересующему редакцию вопросу)

«Фотосессия»

СТРУКТУРА

ДОРОГОЙ ГОРОД

БЛОК «ЛЮДИ»

Интервью с известными людьми города, российскими знаменитостями и мировыми звездами.

Рубрики:

«Лицо с обложки»

«Топ-досье»

«Власть женщин»

«Талант»

СТРУКТУРА

ДОРОГОЙ ГОРОД

БЛОК «МОДА»

Тенденции современной моды, иконы стиля прошлого, истории известных дизайнеров, шопинг-гид по модным магазинам города.

Рубрики:	«Ценности»
«Правила»	«Дизайнер»
«Тенденции»	«Фотосессия»
«Аксессуары»	«Вещи с именем»
«Стиль»	«История бренда»
«Must Have»	«Шопинг-навигация»
«Показ»	«Шопинг-гид»
«Событие»	«Икона стиля»

СТРУКТУРА

ДОРОГОЙ ГОРОД

БЛОК «ДУША И ТЕЛО»

Рассказы известных людей города о спорте и здоровом образе жизни, полезные продукты, косметические новинки и актуальнее процедуры, гид по салонам красоты и клиникам города, ваш доктор – эксперт в мире медицины.

Рубрики:

«BEAUTY выбор»
«BEAUTY новинки»
«Арсенал»
«Красота»
«Фигура»
«Фитнес план»
«Здоровая жизнь»
«Эксперт»
«Ваш доктор»
«Технологии»

СТРУКТУРА

ДОРОГОЙ ГОРОД

БЛОК «ДОМ И ИНТЕРЬЕР»

Актуальный дизайнер и его творчество, мировые новости дизайна и декора, тенденции оформления жилого пространства, жизнь за городом.

Рубрики:

«Актуальный дизайн»

«Интерьер-навигатор»

«Новости»

«Детали»

СТРУКТУРА

ДОРОГОЙ ГОРОД

БЛОК «СЕМЬЯ»

Семейные истории Петербурга, наши дети, психология отношений, свадебный переполох.

Рубрики:

«Династия»

«История любви»

«Дети»

«Психология»

«Свадебный переполох»

СТРУКТУРА

ДОРОГОЙ ГОРОД

БЛОК «СТИЛЬ ЖИЗНИ»

Увлечения, активный отдых, пристрастия гурмана, путешествия.

Рубрики:

«Эксклюзив»
«Стильный навигатор»
«Гурман»
«Модная кухня»
«Интервью»
«Путешествия»
«Домашний питомец»

СТРУКТУРА

ДОРОГОЙ ГОРОД

БЛОК «ГОРОД»

Люди, ставшие событием, культурные и городские новости, светская хроника, модные заведения города, исторический портрет Петербурга.

Рубрики:

«Событие»
«Интервью»
«Место»
«Светская хроника»
«Новости культуры»
«Книги»
«Кино»
«Модные люди»
«Клуб»
«Гороскоп»
«Модные адреса»

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ

ДОРОГОЙ ГОРОД

ФОРМАТЫ ФАЙЛОВ

К размещению в журнале принимаются файлы следующих форматов – eps, tiff, ai, cdr (не старше версии X3), indd, pdf.

НОСИТЕЛИ

Файлы принимаются на флэш-дисках, флэш-картах, CD-R/RW, DVD±R/RW, по FTP-протоколу (реквизиты согласовываются с рекламной службой), по электронной почте (адреса согласовываются с рекламной службой).

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Обрезной формат издания – 228x290 мм. Рекламный макет должен строго соответствовать следующим размерам:

Вид	Ширина (мм)	Высота (мм)
Полоса	228	290
Разворот	456 (228+228)	290
1/2 полосы (вертикально под обрез)	114	290
1/2 полосы (горизонтально под обрез)	228	145
1/3 полосы (вертикально под обрез)	75	290

Элементы, расположенные «под обрез», должны выходить за края страницы на 5 мм. Все значимые элементы, находящиеся внутри страницы, не должны подходить к обрезному краю страницы ближе, чем на 10 мм.

При подготовке разворотных макетов следует учитывать влияние корешка на тексты и иллюстрации, проходящие через корешок – не располагайте в этой зоне лица и значимые объекты. При размещении разворотного макета на первом и последнем развороте (2-я обл. – 1 стр. блока; посл. стр. блока – 3-я обложка) сдвижка видимой часть макета составляет до 14 мм из-за склейки обложки с блоком.

О дополнительных возможностях размещения в журнале вклеек и иных рекламных материалов можно узнать в рекламной службе.

Все файлы должны быть выполнены в цветовом пространстве CMYK.

Весь текстовый материал в макете должен быть переведен в «кривые» либо вместе с рекламным макетом должны быть предоставлены все используемые шрифты.

Все используемые в макете шрифты должны быть PostScript-шрифтами Type. Начертания Bold, Italic, Outline и т.д. должны отображаться средствами самого шрифта, а не программы верстки. Недопустимо использование системных шрифтов или шрифтов с названиями, соответствующими системным шрифтам (Arial, Times New Roman, Chicago, Courier, Helvetica, Palatino и т.д.). В случае использования не PostScript-шрифтов – все текстовые блоки, использующие эти шрифты, должны быть переведены в кривые.

В макете любые импортируемые растровые графические элементы должны быть представлены в формате TIFF. Весь растр должен быть склеен в один слой и совпадать по размеру с размером макета. Формат TIFF должен быть записан без сжатия.

Элементы без фона должны быть записаны в формате EPS TIFF, AI.

Разрешение растровых элементов, импортируемых в макет, должно быть не менее 300 и не более 450 dpi.

В файлах растровых изображений не допускается использование альфа-каналов и формата DCS.

В макетах, выполненных в CorelDraw, не допускается использование линз, прозрачностей, теней, powerclip и других эффектов. Все они должны быть переведы в растровый формат.

Для макетов в формате Adobe InDesign все импортируемые элементы (изображения, шрифты) должны быть предоставлены вместе с файлом.

Использование файлов EPS допустимо при предоставлении растровой части макета в отдельном TIFF, а векторной части в отдельном EPS файле.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Цветопередача

При подготовке изображений к печати необходимо использовать профиль Eurostandard (Coated)2.

Параметры цветоделения следующие:

- Black Generation – Light
- Total ink не более 300% для файлов внутреннего блока, 320% – для обложки.
- Separation GCR
- Black ink limit 85%
- UCA Amount 15%

(можно запросить файл настроек color setting в редакции).

Требования к цветопробе

Цветопробой является оттиск, изготовленный на специализированном оборудовании, калиброванном в соответствии с печатным процессом.

Также в качестве эталона цвета может выступать оттиск, отпечатанный ранее на соответствующем оборудовании типографии.

Оттиски с принтера или цифровой машины цветопробой служить не могут и принимаются в работу только в качестве ориентира цвета.

В типографию должны представляться окончательные (утвержденные) цветопробы в формате 1:1. На цветопробном оттиске обязательно присутствие контрольных шкал, имени файла, даты, source profile. Размер патчей должен быть не менее 4 х 4 мм.

Если цветопроба получена без учета требований к предоставляемым материалам, тиражный оттиск может заметно отличаться по цветовым показателям от цветопробного.

При сравнении печатных оттисков с цветопробой всегда нужно учитывать следующие факторы:

– не все оттенки цифровой пробы идентичны печатным оттискам;

– оттенки цвета на аналоговой цветопробе всегда насыщеннее, чем на печатных оттисках;

– цветопроба не может абсолютно точно моделировать печатный процесс.

Законодательство

На основании требования ФЗ «О рекламе», если рекламируемый товар или услуга подлежит обязательной сертификации, макет должен содержать надпись «Товар/услуга сертифицирована». Если рекламируемые услуги подлежат лицензированию, макет должен содержать следующие данные: номер, серия и дата выдачи лицензии, наименование государственного органа, ее выдавшего.

На основании ст. 13 ФЗ «О рекламе» рекламодатель по требованию редакции обязан предоставлять документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям закона, в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации.

Содержание и месторасположение рекламных материалов не должно противоречить положениям ФЗ «О рекламе» и иным законодательным актам РФ.

ДОРОГОЙ ГОРОД.
ЖИЗНЬ В УДОВОЛЬСТВИЕ.

ПАЛИТРА
издательство

ООО «Издательство «ПАЛИТРА»
129085, г. Санкт-Петербург, ул. Рентгена, 7
+7 (812) 740 54 40, 740 54 44, 380 01 79
salesdept@dorogoe.spb.ru
www.dorogoe.spb.ru

МЕДИА КИТ
апрель | 2011

ПАЛИТРА
издательство

ООО «Издательство «ПАЛИТРА»
129085, г. Санкт-Петербург, ул. Рентгена, 7
+7 (812) 740 54 40, 740 54 44, 380 01 79
salesdept@dorogoe.spb.ru
www.dorogoe.spb.ru