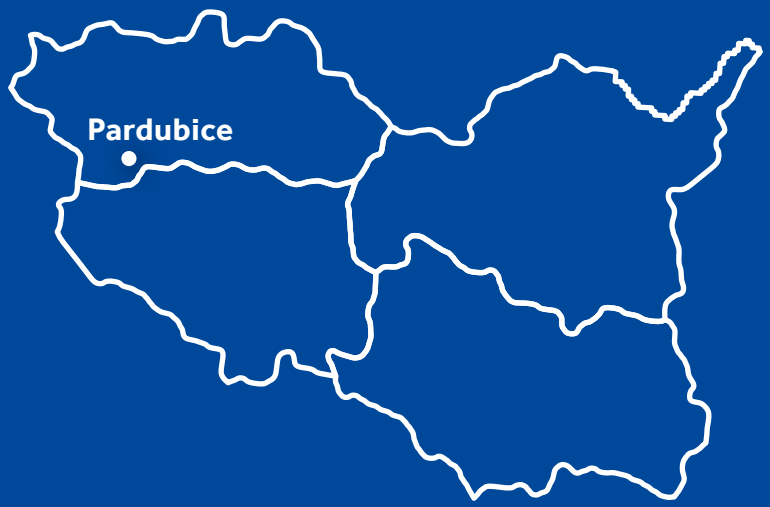
A11

Náš REGION

# Mediakit 2027
# Pardubický kraj



# časová osa vydání Našeho regionu

**KOMPLET**
**1. pondělí v měsíci**

**DATA VYDÁNÍ:** 1. 2., 1. 3., 5. 4., 3. 5., 31. 5., 28. 6., 2. 8., 6. 9., 4. 10., 1. 11., 29. 11.

**DISTRIBUCE:**



**NÁKLAD: 23 000**

**SPECIÁL**
**3. pondělí v měsíci**

**DATA VYDÁNÍ:** 18. 1., 15. 2., 15. 3., 19. 4., 17. 5., 14. 6., 19. 7., 16. 8., 20. 9., 18. 10., 15. 11., 13. 12.

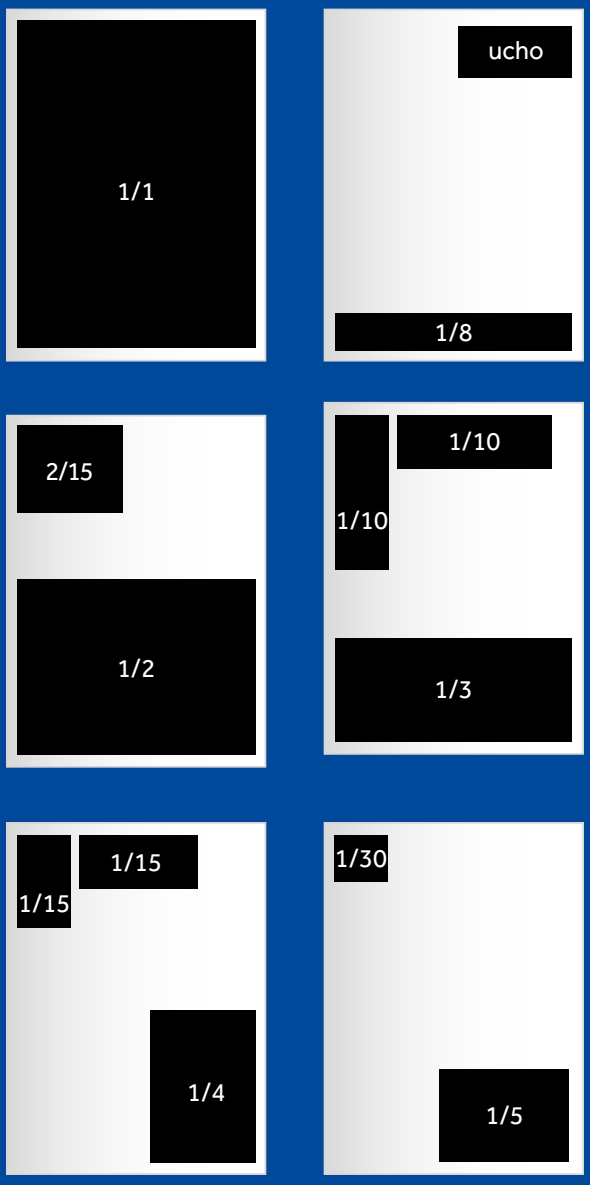
**DISTRIBUCE:**



**NÁKLAD: 74 000**

# formáty a rozměry inzerce

| FORMÁT INZERCE | ROZMĚRY š x v (mm) |
|---|---|
| 1/1 | 192 x 265 |
| 1/2 | 192 x 123 |
| 1/3 | 192 x 81 |
| 1/4 | 94 x 123 |
| 1/5 | 114 x 81 |
| 1/8 | 192 x 30 |
| troják (1/10) | 114 x 39 / 36 x 123 |
| čtverák (2/15) | 75 x 81 |
| dvoják (1/15) | 75 x 39 / 36 x 81 |
| modul (1/30) | 36 x 39 |
| vzpomínka | |
| 1 řádek | |
| 2. strana obálky | 192 x 265 |
| 3. strana obálky | 192 x 265 |
| 4. strana obálky | 192 x 265 |
| titulní strana ucho | 90 x 52 |
| titulní strana podval | 192x60 |
| falešná titulka | 192 x 184 / 192 x 265 |



# KOMPLET

| formát inzerce | rozměry š x v (mm) | Vybraná mutace |
|---|---|---|
| 1/1 | 192 x 265 | 47 000 |
| 1/2 | 192 x 123 | 28 000 |
| 1/3 | 192 x 81 | 19 000 |
| 1/4 | 94 x 123 / 192 x 60 | 13 000 |
| 1/5 | 114 x 81 | 10 000 |
| 1/8 | 192 x 30 | 6 000 |
| troják (1/10) | 114 x 39 / 36 x 123 | 4 700 |
| čtverák (2/15) | 75 x 81 | 6 700 |
| dvoják (1/15) | 75 x 39 / 36 x 81 | 3 100 |
| modul (1/30) | 36 x 39 | 1 900 |
| vzpomínka | | 1 500 |
| 1 řádek | | 200 |




# SPECIAL

| formát inzerce | náklad | 1/1 | 1/2 | 1/3 | 1/4 | 1/5 | 1/8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Krajské vydání | 74 000 | 98 000 | 59 000 | 39 000 | 26 000 | 21 000 | 13 000 |
| Pardubice | 25 000 | 34 000 | 20 000 | 13 000 | 9 000 | 7 000 | 4 000 |
| Chrudim | 19 000 | 30 000 | 18 000 | 12 000 | 8 000 | 7 000 | 4 000 |
| Svitavy | 12 000 | 26 000 | 16 000 | 11 000 | 7 000 | 6 000 | 3 000 |
| Ústí nad Orlicí | 18 000 | 30 000 | 18 000 | 12 000 | 8 000 | 7 000 | 4 000 |

| formát inzerce | 1/10 | 2/15 | 1/15 | 1/30 | vzpomínka | 1 řádek |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Krajské vydání | 9 800 | 14 000 | 6 300 | 3 900 | 3 200 | 400 |
| Pardubice | 3 400 | 4 800 | 2 200 | 1 300 | 1 100 | 200 |
| Chrudim | 3 000 | 4 300 | 1 900 | 1 200 | 1 000 | 100 |
| Svitavy | 2 600 | 3 800 | 1 700 | 1 000 | 900 | 100 |
| Ústí nad Orlicí | 3 000 | 4 300 | 1 900 | 1 200 | 1 000 | 100 |

# slevy

| opakovací | | mutační | |
|---|---|---|---|
| 2 opakování | 5 % | 2 mutace | 5 % |
| 3 opakování | 8 % | 3 mutace | 10 % |
| 4 opakování | 12 % | 4 mutace | 20 % |
| 5 opakování | 16 % | 5 mutace | 25 % |
| 6 opakování | 20 % | 6 mutace | 30 % |
| 7 opakování | 25 % | 7 mutace | 35 % |
| 8 a více | 30 % | 8 a více | 40 % |
| | | 12 a více | 50 % |
| | | celá ČR | 60 % |

*Výpočet slevy: ceníková cena mínus opakovací sleva mínus sleva za mutaci*



# harmonogram 2027

| týden | číslo vydání | uzávěrka inzerce | datum vydání | typ vydání | náklad |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 2703 | 05. 01. | 18. 01. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 5 | 2705 | 19. 01. | 01. 02. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 7 | 2707 | 02. 02. | 15. 02. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 9 | 2709 | 16. 02. | 01. 03. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 11 | 2711 | 02. 03. | 15. 03. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 14 | 2714 | 23. 03. | 05. 04. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 16 | 2716 | 06. 04. | 19. 04. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 18 | 2718 | 20. 04. | 03. 05. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 20 | 2720 | 04. 05. | 17. 05. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 22 | 2722 | 18. 05. | 31. 05. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 24 | 2724 | 01. 06. | 14. 06. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 26 | 2726 | 15. 06. | 28. 06. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 29 | 2729 | 07. 07. | 19. 07. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 31 | 2731 | 20. 07. | 02. 08. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 33 | 2733 | 03. 08. | 16. 08. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 36 | 2736 | 24. 08. | 06. 09. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 38 | 2738 | 07. 09. | 20. 09. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 40 | 2740 | 21. 09. | 04. 10. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 42 | 2742 | 05. 10. | 18. 10. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 44 | 2744 | 19. 10. | 01. 11. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 46 | 2746 | 02. 11. | 15. 11. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |
| 48 | 2748 | 16. 11. | 29. 11. | Komplet | 23 000 do stojanů |
| 50 | 2750 | 30. 11. | 13. 12. | Speciál | 74 000 do schránek a stojanů |

# distribuce

Do schránek a stojanů na veřejně přístupných místech.
Kameloti na vybraných dopravních uzlech.

**kontakt: reklama@a11.cz**

Noviny Náš REGION Pardubicko jsou bezplatným periodikem určeným občanům celého Pardubického kraje. Přináší zásadní informace o aktuálním dění v obcích, v městech i městských částech, publikují nezávislé komentáře, otevírají aktuální kauzy a informují o aktualitách ve vašem okolí. V novinách naleznete také rozhovory se zajímavými osobnostmi společenského života a přehled kulturních a sportovních akcí. Obsah jednotlivých vydání je zaměřen vždy na konkrétní region tak, aby byly informace nejen aktuální, ale hlavně místní. Díky nám oslovíte své klienty cíleně a efektivně.

Noviny Náš Region Pardubicko jsou distribuovány do cca 100 distribučních míst (stojanů) v počtu 23 000 ks.

Stojany jsou umístěny na pobočkách České Pošty, ve vybraných prodejnách COOP a ESO Market, na městských úřadech. V elektronické podobě je možné všechny naše noviny stáhnout na https://nasregion.cz/archiv-novin/.

# technické specifikace

Plnobarevné inzeráty musejí být v barevném režimu CMYK za použití ICC profilu ISOnewspaper26v4. Profil je k dispozici na našem webu. V případě, že tento profil nebude použit, vydavatel nemůže zaručit správnou reprodukci barev. Pokud je v plnobarevné ploše umístěn negativně text je vhodné použít font se silnější kresbou (nepoužívat řezy light, thin atd.) Velikost písma by neměla být menší než 8 bodů. Pokud je v plnobarevné ploše umístěna linka, její velikost by neměla být menší než 1 bod. Maximální plošné pokrytí barvou by nemělo přesáhnout 240 %. Pro černé písmo, nepoužívat barvu složenou ze všech CMYK barev! Pro inzeráty nebo obrázkyve stupních šedi použít nárůst bodu 25 %.

- zdarma
- 32 a více stran
- formát 210x292 mm
- papír novinový 42,5 g/m²
- bez vazby
- tisk 4/4 barvy



# NR Pardubicko KOMPLET – distribuce – DO STOJANŮ

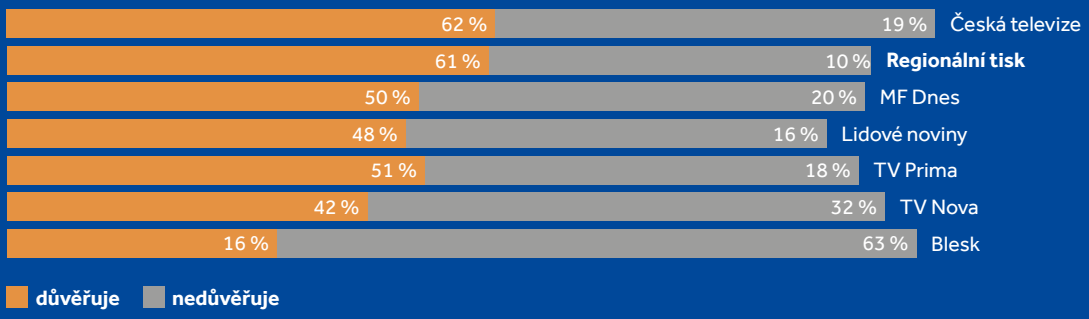
| | |
|---|---|
| Chrudim | PLANEO |
| Pardubice | COOP |
| Pardubice | COOP |
| Pardubice | COOP |
| Pardubice | COOP |
| Pardubice | COOP |
| Pardubice | COOP |
| Lázně Bohdaneč | COOP |
| Řečany nad Labem | COOP |
| Živanice | COOP |
| Choltice | COOP |
| Dolní Ředice | COOP |
| Dolní Roveň | COOP |
| Dašice | COOP |
| Moravany | COOP |
| Semín | COOP |
| Zdechovice | COOP |
| Rohovládova Bělá | COOP |
| Kladruby nad Labem | COOP |
| Valy | COOP |
| Veselí | COOP |
| Staré Hradiště | COOP |
| Rokytno | COOP |
| Vysoké Chvojno | COOP |
| Býšť | COOP |
| Kostěnice | COOP |
| Horní Roveň | COOP |
| Rybitví | COOP |
| Sezemice | COOP |
| Staré Ždánice | COOP |
| Opatovice n. Labem | COOP |
| Dolany | COOP |
| Srch | COOP |
| Ostřešany | COOP |
| Opatovice nad Labem | COOP |
| Holice | Traficon |
| Pardubice | PLANEO |
| Pardubice II | PLANEO |
| Lázně Bohdaneč | Lázně Bohdaneč |
| Polička | Traficon Billa |
| Svitavy | PLANEO |
| Choceň | Traficon |
| Lanškroun | Traficon |
| Česká Třebová | PLANEO |
| Vysoké Mýto | PLANEO |
| Ústí nad Orlicí 6 | PLANEO |
| Skuteč | Česká pošta, s.p. |
| Luže | Česká pošta, s.p. |
| Chrudim | Česká pošta, s.p. |

| | |
|---|---|
| Chrudim | Česká pošta, s.p. |
| Heřmanův Městec | Česká pošta, s.p. |
| Třemošnice | Česká pošta, s.p. |
| Seč 1 | Česká pošta, s.p. |
| Horní Bradlo | Česká pošta, s.p. |
| Trhová Kamenice | Česká pošta, s.p. |
| Nasavrky | Česká pošta, s.p. |
| Miřetice u Hlinska | Česká pošta, s.p. |
| Včelákov | Česká pošta, s.p. |
| Hlinsko v Čechách 1 | Česká pošta, s.p. |
| Hlinsko v Čechách 3 | Česká pošta, s.p. |
| Holetín | Česká pošta, s.p. |
| Pardubice | Česká pošta, s.p. |
| Pardubice | Česká pošta, s.p. |
| Pardubice | Česká pošta, s.p. |
| Pardubice | Česká pošta, s.p. |
| Pardubice | Česká pošta, s.p. |
| Pardubice | Česká pošta, s.p. |
| Pardubice | Česká pošta, s.p. |
| Přelouč | Česká pošta, s.p. |
| Holice | Česká pošta, s.p. |
| Lázně Bohdaneč | Česká pošta, s.p. |
| Horní Jelení | Česká pošta, s.p. |
| Kladruby nad Labem | Česká pošta, s.p. |
| Lipoltice | Česká pošta, s.p. |
| Hradec nad Svitavou | Česká pošta, s.p. |
| Jaroměřice u Jevíčka | Česká pošta, s.p. |
| Jevíčko | Česká pošta, s.p. |
| Pořící u Litomyšle | Česká pošta, s.p. |
| Staré Město u Moravské Třebové | Česká pošta, s.p. |
| Rychnov na Moravě | Česká pošta, s.p. |
| Svojanov | Česká pošta, s.p. |
| Polička | Česká pošta, s.p. |
| Svitavy | Česká pošta, s.p. |
| Svitavy | Česká pošta, s.p. |
| Svitavy | Česká pošta, s.p. |
| Litomyšl | Česká pošta, s.p. |
| Moravská Třebová | Česká pošta, s.p. |
| Moravská Třebová | Česká pošta, s.p. |
| Česká Třebová 2 | Česká pošta, s.p. |
| Králíky | Česká pošta, s.p. |
| Červená Voda 1 | Česká pošta s.p. |
| Ústí nad Orlicí 1 | Česká pošta s.p. |
| Letohrad | Česká pošta s.p. |
| Choceň 1 | Česká pošta s.p. |
| Brandýs nad Orlicí | Česká pošta s.p. |
| Vysoké Mýto | Česká pošta s.p. |
| Lanškroun | Česká pošta s.p. |

## NR Pardubicko SPECIAL – Pardubice, Chrudim, Svitavy, Ústí nad Orlicí

# Proč inzerovat v lokálním tisku?

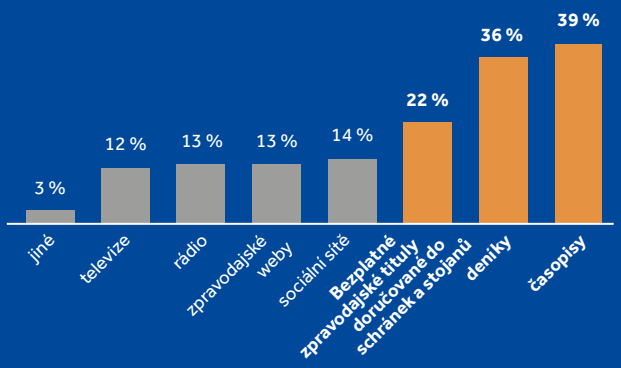
**Uvažujete o inzerci v novinách Náš REGION? Připravili jsme pro vás několik důvodů, proč inzerce v lokálním tisku podpoří vaše podnikání a přivede vám nové zákazníky.**




Zdroj: Reuters, Oxfordská univerzita, YouGov. Výzkum důvěryhodnosti médií v ČR, květen 2020

## Regionální tisk je v České republice druhým nejdůvěryhodnějším médiem hned po ČT.

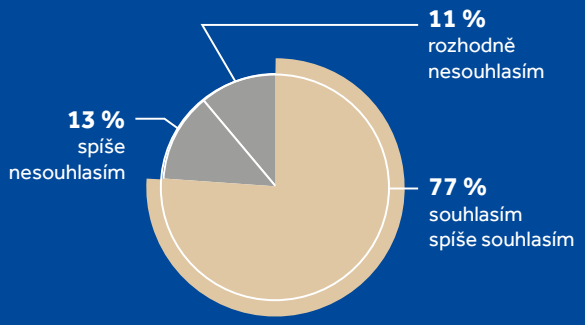
Podle posledního průzkumu věří lidé lokálním novinám a časopisům více než novinám MF Dnes, Lidovým novinám, Blesku nebo TV Nova či TV Prima.




Zdroj: STEM/MARK, Median pro Unii vydavatelů, červenec 2020

## Oproti inzerci na webu, v rádiu nebo TV je inzerce v tištěných médiích výrazně méně rušivá

Kterou reklamu považuji za nejméně rušivou?




Zdroj: STEM/MARK, Median pro Unii vydavatelů, červenec 2020

## Pro 77 % čtenářů je regionální tisk velmi důležitým informačním zdrojem z okolí bydliště.

Regionální tisk je velmi důležitým informačním zdrojem z okolí mého bydliště

# Desatero o inzerci v lokálních novinách Náš Region

1. **Široké pokrytí místní populace s kvalitní distribucí**
   Lokální regionální noviny Náš Region, které jsou zdarma doručovány do každé schránky, mají zajištěný přístup do domácností širokého spektra obyvatel. Firmy tak mohou oslovit velké množství lidí přímo ve svém okolí, což je ideální pro podniky, které nabízejí služby nebo produkty v konkrétním regionu. Ve spolupráci s Českou poštou můžeme zaručit že noviny skončí opravdu ve schránkách a ne na místech kam nepatří.
2. **Cílená reklama na lokální klientelu**
   Firmy mohou lépe cílit své sdělení na konkrétní skupiny obyvatel v daném regionu. Lokální zákazníci mají často větší zájem podporovat místní podniky, což může vést k vyšší návratnosti investice do reklamy.
3. **Ekonomická dostupnost**
   Reklama v regionálních novinách bývá obecně levnější než inzerce v celostátních médiích, což je vhodné zejména pro malé a střední podniky, které mají omezený reklamní rozpočet. Reklama v Našem Regionu je nejefektivnější reklamou v poměru cena/výkon.
4. **Vysoká míra důvěryhodnosti**
   Noviny Náš Region mají u čtenářů zpravidla vyšší důvěru, protože se zaměřují na místní události a potřeby. Reklama v takovém médiu může získat vyšší důvěryhodnost než reklama na internetu nebo v celostátních médiích. Přinášíme tedy vyšší zpravodajskou hodnotu, proto naše noviny lidi opakovaně čtou a neustále se k nim vrací, na rozdíl od pouze inzertních novin.
5. **Tradiční médium s garantovaným dosahem**
   Na rozdíl od digitálních reklam, které mohou být ignorovány nebo blokovány, tištěné noviny doručované do schránek mají fyzickou podobu a většina lidí je alespoň zběžně pročítá. Tím se zvyšuje pravděpodobnost, že si vaši reklamu všimnou. Podle výzkumu jsou nejefektivnější inzertním médiem právě lokální noviny.
6. **Podpora místní komunity**
   Inzerce v lokálních novinách pomáhá udržovat a podporovat místní komunity, která jsou klíčová pro informovanost a soudržnost regionálního soužití. Tento krok může bývá vnímán pozitivně jak ze strany čtenářů, které tyto informace vyhledávají ale i z řad inzerentů.
7. **Možnost detailního sdělení**
   Tištěné médium umožňuje firmám přenést více informací v jednom inzerátu – například podrobnosti o nabídce, obrázky, kontaktní údaje nebo mapu. To je výhoda oproti jiným formám reklamy, kde je prostoru méně. Dále může pomocí článku nebo rozhovoru informovat o dění ve firmě, nebo o produktech daného inzerenta.
8. **Dlouhodobý efekt**
   Na rozdíl od digitálních reklam, které rychle zmizí, tištěné noviny mají delší životnost. Zákazníci si je mohou uchovat, vrátit se k nim později nebo je sdílet s ostatními. Podle průzkumů je životnost inzerce až půl roku.
9. **Zapojení nejen starší generace**
   Starší generace, která tvoří významnou část obyvatel v mnoha regionech, má stále tendenci preferovat tištěná média před digitálními. Inzerce v novinách je tak ideální způsob, jak tuto skupinu efektivně oslovit. Starší generace je i velmi ekonomicky aktivní a produktivní, proto tato cílová skupina velmi dobře funguje.
10. **Posílení lokální značky**
    Pravidelnou inzerci v regionálních novinách si firma buduje povědomí o své značce a upevňuje svou pozici na místním trhu. Čtenáři si vás snáze zapamatují a spojí si vás s regionem, ve kterém působíte.

**Shrnuto, inzerce v lokálních novinách zdarma doručovaných do každé schránky je efektivní a cenově dostupný způsob, jak oslovit místní zákazníky, posílit svou značku a podpořit lokální komunitu.**