Audience Help

Аудитория сайта rivegauche.ru

30 дней · Замер 03.10.2026

Россия, города-миллионники

3 601 137
Посетители

88,4 %
Женщины

11,6 %
Мужчины

Возраст

Лет	Доля
18 – 24	1,8 %
25 – 34	20,1 %
35 – 44	46,1 %
45 – 54	20,1 %
55 – 64	8,4 %
Больше 65	3,5 %

География

Города	Доля
Москва	16,1 %
Санкт-Петербург	10,9 %
Новосибирск	2,0 %
Уфа	1,5 %
Самара	1,4 %
Екатеринбург	1,2 %

Интересы

Раздел: интерес	Посетители	Доля	Аффинити
Здоровье: Интересуются бадами	1 486 772	41,3 %	+7 357 %
Услуги и госучреждения: Интересуются услугами мастерских по ремонту цифровой техники	673 813	18,7 %	+6 077 %
Авто и транспорт: Интересуются услугами автострахования	2 262 746	62,8 %	+4 582 %
Еда и рестораны: Посещают рестораны быстрого питания	1 693 763	47,0 %	+2 179 %
Семья и дети: Интересуются услугами центров раннего развития	540 581	15,0 %	+1 887 %

Портрет аудитории

Аудитория сайта rivegauche.ru — 3 601 137 человек, зафиксированных за 30 дней в городах-миллионниках России. Подавляющее большинство, 88,4%, составляют женщины, тогда как мужчин лишь 11,6%. Ядро аудитории — возраст 35–44 года, на который приходится 46,1% посетителей; к нему примыкает сегмент 25–34 (20,2%), а возраст 45–54 добавляет ещё 20%. По географии лидируют Москва (16,1%) и Санкт-Петербург (10,9%), далее идут Новосибирск (2%) и Уфа (1,5%). Отличительные признаки: 58,6% пользователей имеют устройства дороже 50 000 рублей, 51,9% — iPhone или iOS, 42,8% — Android. Преобладание премиального сегмента электроники указывает на высокий уровень дохода и приверженность к дорогим гаджетам. Аудитория — это преимущественно женщины 35–44 лет в крупных городах, использующие дорогие смартфоны, что отражает устойчивый спрос на премиальные товары.

Пол — среди посетителей с известным полом; возраст — с известными полом и возрастом.
Интересы — топ-5 по аффинити из разных разделов при доле от 10 %.
Доли географии и интересов — от всех посетителей. Аффинити +100 % — вдвое чаще базы; сегменты пересекаются.
База сравнения: Все посетители сайтов за тот же период и в той же географии.