



Men's Health

журнал о самом главном

Письмо главного редактора



ДОБРЫЙ ДЕНЬ,

Я уже достаточно поработал в Men's Health, чтобы понять, за что я люблю этот журнал. Не за зарплату, конечно, хоть и весьма приличную. И не за красивые картинки, и даже не за интересные (время от времени) статьи. Я люблю этот журнал за его читателей. Поразительные ведь люди.

Нет чтобы после работы пивка накатить перед телевизором – так они на ночь глядя едут в спортзал и там таскают тяжести. Солнечный Египет им не мил – они любят походы на каное по Байкалу, или, на худой конец, велопробеги «Челябинск-Сызрань». Уютное офисное болотце, в котором так комфортно убивать время, их не устраивает – они зачем-то тратят лучшие годы на строительство карьеры. В магазине читают все этикетки и (вот зануды) избегают пельменей из пачки. Эти ребята (а они существуют, я сам видел) не успокаиваются на достигнутом. В сущности, это и есть тот модернизационный класс, который так пытаются найти в нашей стране.

Поздравим себя с тем, что эти люди у нас есть.

КИРИЛЛ ВИШНЕПОЛЬСКИЙ,
главный редактор

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

Концепция

Мужчины много чего не любят. Например, публично признавать свои ошибки и обсуждать детали сексуальной жизни. А еще ходить по магазинам и болеть. Но ведь это приходится делать? А раз так, то должен быть хотя бы один собеседник, которому ты доверяешь.

С первого номера, вышедшего в январе 1998 года, журнал Men's Health старается быть таким собеседником для каждого мужчины, независимо от места проживания, профессии и уровня образования. Мы говорим о здоровье, сексе, отношениях, психологии, карьере, мышцах, экстриме и путешествиях. Men's Health – это прагматичное и полезное издание для мужчин, которые воспринимают жизнь как путь самосовершенствования. Делать такой журнал нам помогают эксперты: врачи, экономисты, спортсмены, стилисты и инженеры.



НОЯБРЬ, 2011

История

Концепцию издания мы придумали не сами. Первый Men's Health вышел в 1988 году в Соединенных Штатах. И это был смелый ход. Не было никакой гарантии, что Men's Health придется читателям по вкусу. Ни секс-бомб на обложке, ни интервью со знаменитостями, а о пиве и футболе – вскользь и без всякого восторга. Про пиццу, колу и чипсы вообще были написаны гадости.

Зато Men's Health рассказал:

- почему лучше смотреть на секс-бомб вживую,
- как самому стать знаменитостью,
- что делать с животом, который вырастает от любви к пицце и пиву.

Это позволило американскому Men's Health быстро увеличить свои тиражи и отправиться на покорение мира. Сегодня журнал выходит в 44 странах, от Латинской Америки до Индонезии

Достижения в России

В 2005 году впервые на российском рынке мужской глянцевого журнала вышел в двух форматах – большом и малом. Обе версии журнала абсолютно одинаковы по содержанию и различаются только размерами. Правильность выбранного нами пути доказывают растущие тиражи и интерес рекламодателей.

На конкурсе «Лидер продаж» Ассоциации распространителей печатной продукции (АРПП) журнал Men's Health становится победителем в тематической группе «Мужские издания» уже много лет подряд.

В 2005 году компания Rodale (основатель журнала и владелец лицензии на его выпуск за пределами США) наградила российский Men's Health премией Best Advertising Performance за лучшие продажи рекламы. В 2006 году российский Men's Health стал лауреатом премии Best Circulation/Single-Copy Performance за лучший рост тиража и продаж.

В 2007 году Men's Health награжден премией «Обложка года» в специальной номинации, а также становится победителем конкурса «Лидер рынка печатных СМИ 2007 года» Ассоциации

распространителей печатной продукции (АРПП) в тематической группе «Мужские издания».

В 2008 году журнал успешно отметил свое 10-летие на российском рынке. В 2009 году главный редактор российского издания Men's Health Кирилл Вишнепольский удостоен звания Men's Health Editor of the Year 2009 как лучший главный редактор в международной сети Men's Health (в сеть входит 28 журналов).

В 2011 году журнал награжден премией Best Advertising Performance компанией Rodale Inc.

Численность и качество нашей аудитории увеличивается с каждым годом и составляет почти полтора миллиона человек. Men's Health превосходит конкурентов по общему количеству читателей с доходами С и С+*.

* Источник: ТНС-России, НРС-Москва, Март-Июль 2011



Распространение

Журнал Men's Health распространяется на всей территории России, в странах СНГ и в Прибалтике.



МОСКВА	56%
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И КАЛИНИНГРАД	11%
УРАЛЬСКИЙ РЕГИОН (Екатеринбург, Пермь, Тюмень, Челябинск)	7%
ПОВОЛЖСКИЙ РЕГИОН (Казань, Нижний Новгород, Пенза, Самара, Саратов)	6%
СИБИРСКИЙ РЕГИОН (Новосибирск, Барнаул).....	6%
ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ РЕГИОН (Владивосток, Хабаровск).....	2,5%
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОКРУГ (Воронеж, Ярославль).....	2,5%
ЮЖНЫЙ ОКРУГ (Краснодар, Ростов-на-Дону, Пятигорск).....	4,3%
РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ	3,4%
СТРАНЫ ПРИБАЛТИКИ	1,3%

ОБЩИЙ ТИРАЖ В 2012 ГОДУ: 300 000 экземпляров

Наши рубрики

КОРОТКО О ГЛАВНОМ: «ЭЛЕМЕНТАРНО»

Здоровье и секс, питание и фитнес, карьера, стресс, отдых и экстремальный спорт, любопытные факты.

«МН ЭКСТРА» Конкретные ответы на вопросы, волнующие мужчин. Спорт, питание, секс, отношения, карьера, здоровье, фитнес, стресс.

СЕКС И ОТНОШЕНИЯ Новые ответы на вечные вопросы, рекомендации психологов и сексологов, а также много полезных советов.

ОРГАНИЗМ Подробно и популярно о мужском здоровье.

РАЦИОН Полезные рецепты и советы диетологов. Проверено на людях.

СТРЕСС Снимай его и не нервничай.

КАРЬЕРА Главные правила профессионального роста. Как не отбиться от коллектива и выбиться в люди. Как обеспечить себе карьеру и наладить продуктивные отношения с коллегами и начальством.

ПРИКЛЮЧЕНИЕ «Дурная голова ногам покоя не дает» – это об авторах этой рубрики. Репортаж из интересных поездок, экспедиций.

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ТРЕНЕР: Быть в форме читателю помогают наши эксперты и фитнес-инструкторы. Оптимальные программы тренировок, самообороны, комплексное развитие мышц, силы и выносливости.

МУЖСКИЕ ОТВЕТЫ Спрашивал? Получи информацию. И в журнале, и на нашем сайте. Советы дают медицинский редактор, фитнес-редактор, специалист по технике, врач диетолог, стилист, специалист по грумингу и женщина с логикой.

ГИД ПО СТИЛЮ / GUIDE TO STYLE Что надеть – вопрос вкуса. Даем советы на любой вкус. Носи на здоровье!

Х.З.: хочу знать. Краткая справочная информация на актуальные для мужчин темы.



Гиды

ГИД ПО СТИЛЮ

«Гид по стилю. Сезон» – это специальное приложение о модных тенденциях текущего сезона. Выходит два раза в год: в апреле и в октябре.

Задача «Гида по стилю» – помочь каждому читателю подобрать гардероб, максимально соответствующий его образу жизни. Для офиса, для отдыха, для занятий спортом и на каждый день. В разделе обязательно приводятся сведения о том, как правильно ухаживать за вещами, как сделать свой выбор и где купить то, что понравилось.

Демократичный подход и практичность этого приложения завоевали доверие читателей, и они с удовольствием пользуются советами «Гида» при покупке одежды.

ГИД ПО ТЕХНИКЕ

«Гид по технике» – ежегодное приложение о технических новинках. Описания и сравнения самых актуальных, модных и технологичных устройств в области электроники, аудио-видео и бытовой техники. Приложение выходит один раз в год в сентябре, накануне осеннего сезона деловой активности.



Кто нас читает?*

БОЛЬШИНСТВО НАШИХ ЧИТАТЕЛЕЙ – МУЖЧИНЫ В ВОЗРАСТЕ ОТ 25 ДО 34 ЛЕТ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ И ВЫСОКИМ УРОВНЕМ ДОХОДА. ПОДРОБНО О ЧИТАТЕЛЯХ MEN'S HEALTH:

71,8% мужчины

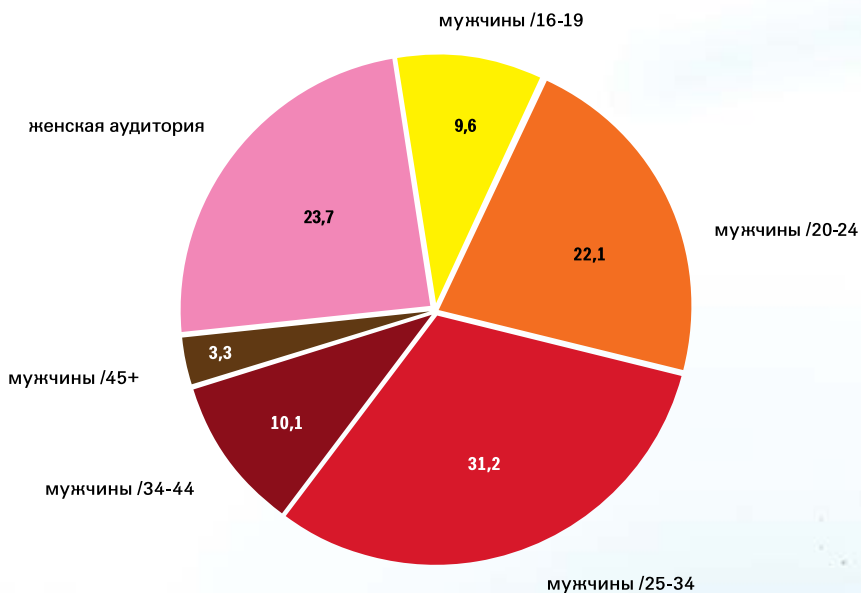
60,1% люди с высоким уровнем дохода (С, С+)

31,1% управляющие, владельцы компаний, менеджеры высшего звена (служащие)

32% менеджеры среднего звена, специалисты

14% студенты

ВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА МУЖСКОЙ АУДИТОРИИ MEN'S HEALTH (В %)



* Источник: ТНС-России, НРС-Москва, Март-Июль 2011

10

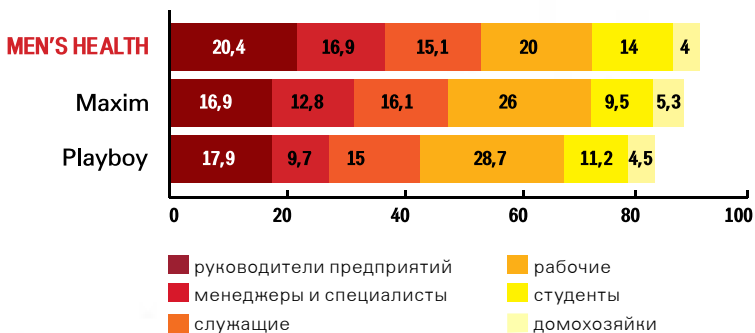
Портрет читателя

СРАВНЕНИЕ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ ПО ДОХОДУ (В %)*

ДОХОД	A	B	C	C+
MEN'S HEALTH	3,7%	34,8%	53,1%	7%
MAXIM	5,4%	40,4%	44,7%	8,1%
PLAYBOY	6,9%	39,8%	43,8%	8,1%

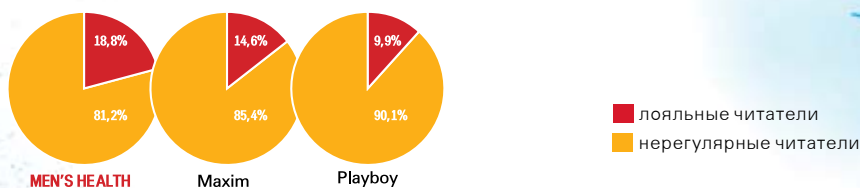
MEN'S HEALTH ПРЕВОСХОДИТ КОНКУРЕНТОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЧИТАТЕЛЕЙ С ДОХОДАМИ С И С+

СРАВНЕНИЕ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ ПО СОЦИАЛЬНОМУ СТАТУСУ (В ТЫС. ЧЕЛОВЕК)*



СРЕДИ ЧИТАТЕЛЕЙ MEN'S HEALTH БОЛЬШЕ ВСЕГО РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ И СОБСТВЕННИКОВ КОМПАНИЙ, А ТАКЖЕ МЕНЕДЖЕРОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА И СПЕЦИАЛИСТОВ, ПРИЧЕМ КАЧЕСТВО АУДИТОРИИ УЛУЧШАЕТСЯ С КАЖДЫМ ГОДОМ.

ЛОЯЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ** ЖУРНАЛОВ (В %)*

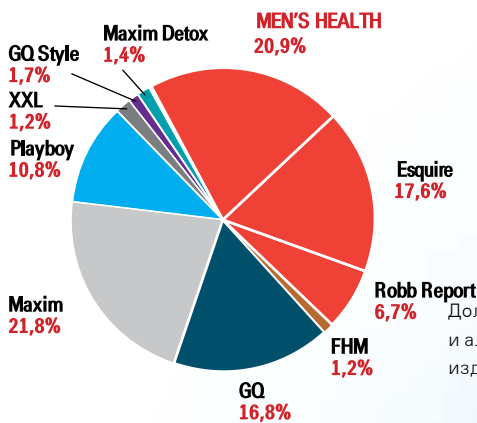
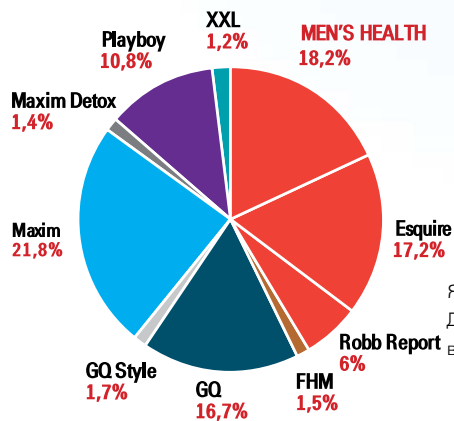


* Источник: ТНС-России, НРС-Москва, Март-Июль 2011

** Лояльные читатели – это часть аудитории одного номера издания, которая объединяет людей, читающих или просматривающих каждый или почти каждый номер.

Доля на рекламном рынке

РЕКЛАМОДАТЕЛИ ДОВЕРЯЮТ СВОИ РЕКЛАМНЫЕ БЮДЖЕТЫ ЖУРНАЛУ MEN'S HEALTH



БОЛЬШИНСТВО РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ ДОВЕРЯЮТ СВОИ РЕКЛАМНЫЕ БЮДЖЕТЫ ИМЕННО ЖУРНАЛУ MEN'S HEALTH

Источники: TNS Russia, by Rate Card, excl. discounts, self-advertising, regional issues, incl. all supplements and special issues

Расценки на рекламу в Men's Health в 2012 году

OPENING GATEFOLD	1 630 000 руб.
ПОЛНАЯ СТРАНИЦА	605 000 руб.
1-Й РАЗВОРОТ	1 520 000 руб.
2-Й РАЗВОРОТ	1 340 000 руб.
3-Й РАЗВОРОТ	1 305 000 руб.
4-Й РАЗВОРОТ	1 280 000 руб.
3-Я ОБЛОЖКА	790 000 руб.
4-Я ОБЛОЖКА	995 000 руб.
1/2 СТРАНИЦЫ	390 000 руб.
1/3 СТРАНИЦЫ	265 000 руб.
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПОЗИЦИИ	715 000 руб.
(«Содержание», «Авторы»)	
РАЗВОРОТ МЕЖДУ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ ПОЗИЦИЯМИ	1 270 000 руб.
СТРАНИЦА В «ГИД ПО СТИЛЮ»	650 000 руб.
СТРАНИЦА В ПЕРВОЙ ТРЕТИ	660 000 руб.

ОБЩИЙ ТИРАЖ: 300 000 экземпляров

Цены указаны без учета НДС. НДС 18%.

График выхода Men's Health в 2012 году

НОМЕР	КРАЙНИЙ СРОК БРОНИРОВАНИЯ	КРАЙНИЙ СРОК ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ	НОМЕР В ПРОДАЖЕ
Январь	4.11.2011	16.11.2011	13.12.2011
Февраль	9.12.2011	21.12.2011	17.01.2012
Март	6.01.2012	18.01.2012	14.02.2012
Апрель	3.02.2012	15.02.2012	13.03.2012
31 Май	2.03.2012	14.03.2012	10.04.2012
Июнь	30.03.2012	11.04.2012	8.05.2012
Июль	4.05.2012	16.05.2012	14.06.2012
Август	1.06.2012	13.06.2012	10.07.2012
Сентябрь	6.07.2012	18.07.2012	14.08.2012
Октябрь	3.08.2012	15.08.2012	11.09.2012
Ноябрь	31.08.2012	12.09.2012	9.10.2012
Декабрь	5.10.2012	17.10.2012	13.11.2012

Спецпозиции

Мы рады представить следующие специальные позиции для размещения рекламы:

- гейтфолд на первой обложке (отрывается слева направо) для размещения разворота
- первый разворот
- второй разворот
- третий разворот
- четвертый разворот
- 3-я обложка
- 4-я обложка
- правая полоса рядом с содержанием
- разворот между стратегическими позициями
- Авторы
- Мужские ответы
- рубрика «Элементарно»
- полоса в «Гиде по Стилю»
- полоса в «Гиде по Технике»

РЕДАКЦИОННУЮ ПОДДЕРЖКУ МЫ ГОТОВЫ ПРЕДОСТАВИТЬ:

- в рубрике «Новости»

СПОНСОРСТВО ЛУЧШЕГО ПИСЬМА ЧИТАТЕЛЯ

- Спонсор предоставляет один приз стоимостью от 3000 руб.

СПОНСОРСТВО ПОДПИСКИ

- Спонсор предоставляет от 100 предметов для первых подписчиков месяца. Средняя стоимость подарка должна составлять 900-1500 руб.

Технические требования к рекламным макетам

РАЗМЕРЫ	ОБРЕЗНОЙ ФОРМАТ	НЕОБРЕЗНОЙ ФОРМАТ
Страница	215 x 275 мм	225 x 285 мм (по 5 мм навывлет)
Разворот	430 x 275 мм	440 x 285 мм (по 5 мм навывлет)
1/2 стр. верт.	105 x 275 мм	+ 5 мм навывлет
1/2 стр. гориз.	215 x 135 мм	+ 5 мм навывлет
1/3 стр. верт.	76 x 275 мм	+ 5 мм навывлет
1/3 стр. гориз.	215 x 95 мм	+ 5 мм навывлет

ТРЕБОВАНИЯ К ФАЙЛОВОЙ ИНФОРМАЦИИ:

- Документы в программе QuarkXpress (4.01 или 4.03), должны быть включены все шрифты и иллюстрации, картинки должны быть с разрешением 300 dpi и в СМУК, в формате EPS или TIFF.
- Шрифты в формате PostScript Type 1.
- Иллюстрации в формате Photoshop (TIFF, EPS) с разрешением 300 точек на дюйм.
- Документы должны предоставляться на электронных носителях, форматированных под Macintosh.
- Также обязательно предоставление цифровой цветопробы (IRIS, STORK, Matchprint 3M, Agfaproof).

ВНИМАНИЕ!

СОГЛАСНО ТРЕБОВАНИЯМ ТИПОГРАФИИ, НЕ ПРИНИМАЮТСЯ ФАЙЛЫ, СВЕРСТАННЫЕ В ILLUSTRATOR'Е. ИЛЛУСТРАЦИИ ФОРМАТА PHOTOSHOP (TIFF, EPS) ДОЛЖНЫ ВСЕГДА ПРЕДОСТАВЛЯТЬСЯ ОТДЕЛЬНЫМ ФАЙЛОМ, НИ В КОЕМ СЛУЧАЕ НЕ «ПОДКАЧЕННЫМИ» В ILLUSTRATOR. ОБЩАЯ ВЕРСТКА ДОЛЖНА БЫТЬ СДЕЛАНА В QUARK'Е.

Полезные контакты в Men's Health

По вопросам размещения рекламы в журнале обращайтесь в отдел рекламы Men's Health

ДИРЕКТОР ПО РЕКЛАМЕ Мария Каменская m.kamenskaya@imedia.ru

СТАРШИЙ МЕНЕДЖЕР ПО РЕКЛАМЕ Оксана Мащенко o.mashenko@imedia.ru

СТАРШИЙ МЕНЕДЖЕР ПО РЕКЛАМЕ И СПЕЦПРОЕКТАМ

Константин Анников k.annikov@imedia.ru

КООРДИНАТОР ПО РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ София Двоскина s.dvoskina@imedia.ru

По вопросам внешней активности журнала обращайтесь в отдел маркетинга Men's Health

КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР Андрей Медин a.medin@imedia.ru

МЕНЕДЖЕР ПО МАРКЕТИНГУ Иван Саулин i.saulin@imedia.ru

МЕНЕДЖЕР ПО МАРКЕТИНГУ Анна Акимова a.akimova@imedia.ru