



mamas & papas

ЖУРНАЛ ДЛЯ СОВРЕМЕННЫХ МАМ И ПАП

ЭКСПЕРТ
ПО ДЕТСТВУ!



МЕДИАКИТ 2012



Письмо редактора

В 2012 году Mamas&Papas исполнилось три года. Как и полагается всем трехлеткам, наш «детка» попрос, окреп и с огромным энтузиазмом осваивает новые высоты. Идея «взять под крыло» беременных женщин и грудничков пришла к нам от читателей: последние два года нас с завидной регулярностью бомбардировали письмами «ну когда-а-а-а же вы начнете писать про роды и младенцев». Но, честно говоря, эту самую идею мы приняли далеко не сразу: очень уж не хотелось сужать «дошкольные» рубрики. Мы коверкали редакционный пополюсник и так и эдак и страшно ругались. – Давайте хотя бы одну статейку про игрушки отрежем? – предлагала я редакции. – Их ведь у нас так много. – Но ведь читают же, – хваталась за сердце редакция, – и письма благодарственные присылают. – Тогда, быть может, «здоровье» поменьше сделаем? – Ты что! Здоровье – это святое, тут расширять надо, а не сокращать! – Хорошо, ну может, «кулинарию» «прихлопнем»?.. Ох. Мы спорили так, что чуть было не «прихлопнули» друг друга, и в результате было принято единственное верное решение: увеличить объем журнала и придумать абсолютно новые рубрики. И тут же возникла вторая проблема. Сама по себе рубрика – это по сути дела пшик – набор буквочек в заголовке, которые оживут только в том случае, если за ними будет стоять хороший автор. Найти авторов для Mamas&Papas – задача не из легких, а уж найти авторов, легко пишущих на темы беременности, прикорма и ухода за новорожденными, – это нечто из области научной фантастики. Посудите сами: во-первых, это должны быть люди со специальным образованием – врачи, психологи или педагоги – абсолютные профессионалы в своей области, а во-вторых, они просто обязаны быть жизнелюбами: в Mamas&Papas нет места унылым менторам. В общем, попотеть пришлось порядочно, но мы справились, и обновленный журнал вышел точно в срок. Первый день продаж, второй... к середине третьего мне показалось, что солнце светит как-то не особенно ярко, и вообще – мир ужасно несовершенная штука. Момент истины наступил на четвертое утро: почта легла. Что нам писали?

А вот что: не верите нам? Поверьте им.



mamas&papas
on-line



**Большое
спасибо!**



Дорогая редакция Mamas&Papas!
Вот читаю вас уже 2 года и не перестаю удивляться, как это у вас получается: сначала вы писали о детях от 2 до 7, да так, что я, мама малыша до года, просто оторваться не могла, а теперь, когда моему Ванюше исполнилось 2, вы добавили 20 страниц от 0 до года, и как добавили? Так добавили, что из 3 статей так они сей час актуальны! С уважением, ваша читательница Елена



Добрый день!
Никогда не писала письма в периодику. Если не считать стихов, которые я послала в журнал «Мурзилка» лет пятнадцать назад. Их, кстати, не напечатали. Но ваш журнал так понравился мне, что не поблагодарить вас было бы свинством. Подписка на полгода мне досталась бесплатно в подарок. Моему сыну Георгию всего 8 месяцев, так что статьи я читала просто из любопытства. Но вот когда у вас впервые появилось приложение про младенцев... Статью про послеродовую депрессию я читала много-много раз – ну почему никто не рассказал мне всего этого, когда я была в роддоме?! И про беременность, и про подготовку к родам – я эту информацию по крупицам собирала, а у вас все в одном номере. Где же вы раньше были, а? Ваш октябрьский журнал я не убираю на полку, а держу

на столе – он мне все время нужен. Там самая лучшая статья про прикорм, а я их много перечитала, поверьте мне. Сверяюсь по вашей таблице, что, сколько и когда давать, и впервые уверена, что все делаю правильно. То же самое можно сказать о большинстве материалов – четко, по делу, без водолейства и словоблудия. Без ерунды, которыми наполнены все журналы о детях, что попадались мне в руки. У вас столько информации собрано в один небольшой текст, она так четко структурирована и так легко подана, что остается только восхищаться. А язык? Таким языком журналисты обычно уже не владеют! Я наслаждалась статьями про детский садик, особенно абзацем про родительский комитет – его можно на урок литературы в качестве примера приносить. В общем, пойду подписываться – у нас ваш журнал не продается.



Здравствуйте, дорогая редакция!
С вашим журналом я познакомилась исключительно случайно. По воле нашей бабушки категорически не совпадают, а тут... Увидев прищипленную магнитом к дверце холодильника вырезку из журнала, я крайне удивилась стилю напи-

сания – сама думаю примерно так же:). Видеть, что это нравится маме, было непривычно, и я потребовала первоисточник. Теперь не пропускаем ни одного номера! Сначала читает бабушка, потом я, потом супруг по моим пометкам, а потом приходит дочь Катя (4,5 года) – она внимательно рассматривает картинки и начинает выпрашивать у нас новую одежду:)). Теперь в любимом журнале появилась и «малышковая» секция! Скоро у нас появится малыш, поэтому новые рубрики пришлись очень кстати. Удачи вам во всех начинаниях! С искренним уважением, Замчинская Ада



Дорогая редакция!
Я счастливая мама четырехмесячного Ивана. Недавно увидела в супермаркете ваш журнал и решила его купить, поскольку на обложке было обещано целых двадцать страниц про детишек до года. О своем выборе несколько не жалую! Торжественно обещаю читать вас и дальше при условии, что вы будете писать про детишек нашего возраста (уже извините за небольшой шантаж). С нетерпением ждем с сыночком продолжения... Виктория, 27 лет, Москва



Доброе утро!
Меня зовут Камилла, и я ваш давний и практически постоянный читатель. Во-первых, хотела бы поблагодарить вас за новую вкладку «Про мелочь». Моей дочери всего два месяца, и я была очень рада прочитать что-то ориентированное именно на нас с ней. Особенно спасибо за упражнения на восстановление фигуры – они отличные! Да что я вас восхваляю, ощущение уменьшившийся за 4 дня живот – главное доказательство. Во-вторых, я хотела поинтересоваться – как на вас подписаться. В прошлом номере был купон в конце, с которым меня с почты отправили в банк. Я все оплатила и теперь не могу понять, что мне нужно делать? Поясните, пожалуйста, после родов еще не восстановилась, а журнал в почтовом ящике я видеть очень хочу. Спасибо еще раз, с уважением, Камилла Керимова



В чем секрет успеха Mamas&Papas? На самом деле все просто! Мы очень любим то, что мы делаем.

А еще мы очень любим жизнь во всех ее проявлениях.

А еще за нашими буквами – люди.

А еще у нас классные иллюстрации. А еще...

Журнал состоит из пяти основных разделов



1. Гуляем

Большой календарь-афиша, состоящий из самых актуальных событий и развлечений месяца. Дневник путешествий с ребенком по какому-либо городу или стране с ценами на услуги, перечнем интересных мест и достопримечательностей.

РУБРИКИ РАЗДЕЛА:
«КАЛЕНДАРЬ»
«ПОЕЗДКА»

2. Покупаем

Все о том, что современный родитель «обязан» купить, показать, почитать своему ребенку в этом месяце. Рейтинги и тесты модных детских девайсов, книжек, игрушек, фильмов.

РУБРИКИ РАЗДЕЛА:
«ПЕРСОНАЖ»
«ПРАКТИКА»
«РАЗБОР ПОЛЕТОВ»
«МАЛЬЧИКИ-ДЕВОЧКИ»
«ЭКСПЕРТИЗА»
«КРАСОТА»
«МОДА»
«ТРЕНД»



3. Развиваем

Исследования разнообразных методик развития с их плюсами и минусами.

Обзоры детских мастер-классов, кружков, и спортивных секций. Ответы на вопрос, как развлечь ребенка, не выходя из дома.

РУБРИКИ РАЗДЕЛА:
«ИГРЫ»
«КНИГИ»
«МАСТЕР-КЛАСС»
«КРУЖКИ»
«МЕТОД»
«НЕ ВОПРОС»

4. Сидим дома

Как «противную» манку превратить в любимую запеканку. Инструкции по применению нелюбимых малышами продуктов.

Советы экспертов в вопросах здоровья детей.
РУБРИКИ РАЗДЕЛА:
«КУХНЯ»
«ЗДОРОВЬЕ»



5. Воспитываем

Практика гуманного воспитания, комментарии психологов и педиатров. Пошаговые инструкции решения разных бюрократических вопросов: от устройства в сад или школу до установки спортивного уголка.

РУБРИКИ РАЗДЕЛА:
«ТЕМА НОМЕРА»
«ЕСТЬ ПРОБЛЕМА»
«ПСИХОЛОГИЯ»
«КОНТРОЛЬНАЯ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ»

...и нового раздела «Малышня»!

РУБРИКИ РАЗДЕЛА:

Жду ребенка



► Информация для будущих родителей о том, как с легкостью пройти через деликатный период, какую практику родов выбрать и что необходимо новорожденному.



Малышня



► Практические рекомендации по первым годам жизни ребенка.
► Анализ товаров для новорожденных.
► Психологический климат в семье после родов.
► Комментарии и советы профессиональных психологов.





Аудитория журнала

Потенциал аудитории
журнала Mamas&Papas

4 891 055 человек в России



Работающие мамы и папы в возрасте от 25 до 40 лет, с высшим образованием и уровнем дохода **middle+** и выше, имеющие детей от 0 до 7 лет. Большое количество времени уделяют семье, считая ее главной жизненной ценностью. Предпочитают быть в курсе происходящего, активно пользуются Интернетом и читают журналы. Ведут активный образ жизни, регулярно посещая театры, кино, рестораны. Любят путешествовать всей семьей.

Нас читают

Количество детей в семье

Доход



67% – мамы

22% – папы

11% – бабушки и дедушки

64% – 1 ребенок

30% – 2 ребенка

6% – 3 ребенка и более

51% – средний

29% – средний+

20% – высокий

Портрет читателя

Энергичные родители, которые с появлением детей продолжают путешествовать, заниматься спортом, ходить на выставки, концерты, в рестораны, причем делают это всей семьей.



Амбициозные родители, которые не оставляют карьерных планов, хотя семья и дети являются для них главным приоритетом.

Инициативные родители, которые покупают глянец и деловые журналы, пользуются Интернетом, интересуются культурной и общественно-политической жизнью страны.

Модные родители, которые следят за стильными тенденциями и в курсе технических новинок. Их любимый шопинг – это шопинг в детских магазинах. Их дети всегда хорошо одеты и играют в лучшие игрушки.

Ответственные родители, которые следят за здоровьем своих малышей, прислушиваются к советам врачей, но стараются сами разобраться в проблеме, прежде чем принимать решение.

Чуткие родители, которые работают над тем, чтобы создать максимально доброжелательный климат в семье, интересуются детской психологией, активно занимаются интеллектуальным и физическим развитием своих детей.



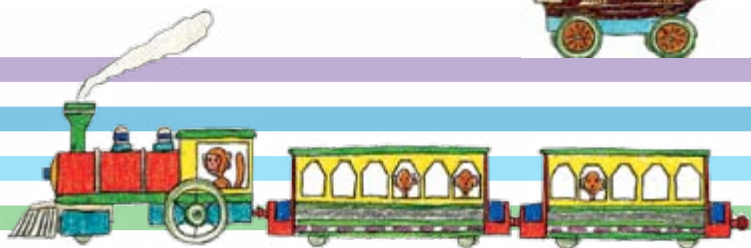
Распространение журнала

Тираж – **80 000 экз.**

Москва – **49%**

Санкт-Петербург – **15%**

Другие регионы – **36%**



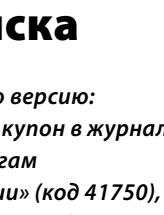
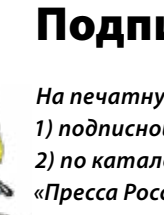
Точки продаж



Гипермаркеты: «АШАН», «МЕТРО», «РЕАЛ» и др.

Супермаркеты: «Алье паруса», «Седьмой континент», «Окей», «Карусель», «Перекресток» и др.

Киосковые розничные сети: «Метропресс Москва», «Метропресс СПб.», «Питерпресса», ОАО «Агентство Роспечатать», «Союзпечать СПб» и др.
АЗС: ВР и др.



Подписка

На печатную версию:

- 1) подписной купон в журнале
- 2) по каталогам «Пресса России» (код 41750), «Почта России» (код 99348)

На электронную версию:
сайт www.pressa.ru

График выхода в 2012 году

Номер	Заявка	Макет	Выход номера
№ 1-2 январь/февраль	02 ноября 2011	12 ноября 2011	20 декабря 2011
№ 3 март	28 декабря 2012	10 января 2012	21 февраля 2012
№ 4 апрель	01 февраля 2012	09 февраля 2012	20 марта 2012
№ 5 май	28 февраля 2012	09 марта 2012	17 апреля 2012
№ 6 июнь	24 марта 2012	06 апреля 2012	15 мая 2012
№ 7-8 июль/август	28 апреля 2012	11 мая 2012	19 июня 2012
№ 9 сентябрь	30 июня 2012	12 июля 2012	21 августа 2012
№ 10 октябрь	28 июля 2012	08 августа 2012	18 сентября 2012
№ 11 ноябрь	24 августа 2012	06 сентября 2012	16 октября 2012
№ 12 декабрь	28 сентября 2012	11 октября 2012	20 ноября 2012

Тарифы на размещение рекламы

Размер модуля	Цена в руб. без НДС (18%)
1/1 полосы	245 000
1/2 полосы	150 000
1/3 полосы	105 000
Внутренний разворот	430 000
Специальные позиции	
1-й разворот	490 000
1/1 страницы: письмо редактора, содержание	285 000
2-я страница обложки	310 000
3-я страница обложки	270 000
4-я страница обложки	390 000
Тематическое размещение в рубриках «здоровье», «кухня» +10%	



Технические требования

Размеры рекламных модулей

Размер модуля	Обрезной формат*
2/1 (разворот)	430 x 275 мм
1/1 (полоса)	215 x 275 мм
1/2 (горизонтальная)	215 x 138 мм
1/2 (вертикальная)	104 x 275 мм
1/3 (горизонтальная)	215 x 93 мм
1/3 (вертикальная)	74 x 275 мм

* Дообрезной формат:
+5 мм к каждой стороне
рекламного модуля.

Требования к файловой информации**

1. Распечатка рекламного макета.

Обязательно предоставление цветной распечатки рекламной публикации, подписанной в печать, в масштабе 1:1, с указанием даты выхода в издании. Распечатка должна соответствовать электронной версии макета.

2. Носители информации. Компакт-диски CD-R (стандарт ISO 9660). На диске должно быть указано: издание, в котором печатается рекламный макет; дата выхода (номер, в котором выйдет рекламный макет); бренд рекламного макета.

Через FTP-сервер (адрес указан в полной версии технических требований).

3. Типы файлов. В формате Macintosh:

Adobe InDesign (до CS3 включительно) со шрифтами, переведенными в кривые; Adobe Illustrator (EPS, версия до 10.x включительно) со шрифтами, переведенными в кривые, и встроенными изображениями; Adobe Photoshop в формате TIFF (версия до CS3).

В формате PC: Adobe Illustrator (версия до 10.x включительно) со шрифтами, переведенными в кривые, и встроенными изображениями; Adobe Photoshop в формате TIFF (версия до CS3).

**Представлен сокращенный вариант, для более полной информации, пожалуйста, обращайтесь в отдел по координации работы с клиентами к Софье Двооскиной (s.dvoskina@imedia.ru).

Требования к содержанию

1. Предоставляемая реклама должна отвечать положениям закона о рекламе, принятого в Российской Федерации. По требованиям Государственного антимонопольного комитета вся реклама, печатающаяся в нашем издании, должна соответствовать стандартам сертификации и лицензирования рекламируемой продукции.

2. На рекламу услуг, подлежащих лицензированию (рестораны, гостиницы, медицинские клиники, туристические агентства и т.п.), обязательно должен быть указан номер лицензии. Вместе с макетом должны быть предоставлены (в

рекламный отдел журнала) заверенные печатью вашей компании копии сертификатов/лицензий, если рекламируемые товары/услуги подлежат обязательной сертификации/лицензированию.

3. Рекламодатель обязан включать в макет слова «реклама» либо «на правах рекламы». Надпись размещается видимым и читаемым шрифтом в любом месте макета. В случае, если в макет включена вышеуказанная фраза, ИД Sanoma Independent Media оставляет за собой право включить таковую без согласования ее вида и места с рекламодателем (при этом ИД Sanoma Independent Media исключает возмож-

ность предъявления претензий в связи с таким приведением макета в соответствие с законом).

4. При изготовлении текстовых рекламных материалов – EDITORIAL – просим вас избегать похожести текстовых рекламных материалов на редакционные материалы журнала до степени смешения. Это означает, что в них не допускается использование: шрифтов журнала; названий рубрик журнала; верстки, похожей на верстку журнала. Яркая цветная подложка должна использоваться на весь материал, а в правом верхнем углу горизонтально и крупно (не менее 6,5 пункта) указывается: «На правах рекламы».