

Media-kit 2015

MUSIC * TECH * NIGHTLIFE * STYLE

The logo for DJMAG is rendered in a bold, white, blocky font with a 3D effect. Each letter has a light blue shadow on its right and bottom sides, giving it a sense of depth. The letters are 'D', 'J', 'M', 'A', and 'G'. The 'D' is a square with a smaller square inside. The 'J' has a curved bottom. The 'M' is composed of two vertical bars and a central peak. The 'A' is a simple triangle on top of a horizontal bar. The 'G' is a square with a smaller square inside, rotated 90 degrees.

WWW.DJMAG.RU

Журнал «DJMag»
Издатель: Издательский Дом «Русская Пресса»
Издается с 1999 г. в г. Москва
Объем: 120 стр.
Формат: 210 x 297 мм
Периодичность: 6 номеров в год
Категория: Life Style
Тираж: 115 000 экз.

О ЖУРНАЛЕ

издается с 1999 года!

«DJ» — интернациональное понятие, принятое по всему миру и известное представителю любой национальности. В этих двух буквах заключена сама суть драйва, хорошего настроения, удовольствия.

Термин охватывает не только аспекты электронной музыки и клубную культуру, но также моду, технологическое развитие и определение стиля жизни. В последние 10 лет эта тенденция превратилась в массовый тренд, ведь ни один показ моды, вечеринка, спортивное мероприятие или съемка для чего-либо не обходятся без музыки. И в то же время в нашем издании имя «DJ» нарицательное, он лидер любого веселья, законодатель вкуса, моды и настроения. У кого-то музыка связана с бизнесом, а у кого-то с отдыхом!



КОНЦЕПЦИЯ

издается с 1999 года!



DJ MAG – это, прежде всего, необычный формат издания, где сплелись сразу несколько аудиторий и форматов. Все эти целевые аудитории объединяет одно – активная жизненная позиция: жить работать и отдыхать – УДОБНО! Возрастной пул от 20 до 45 лет!

DJ MAG – это глобальный медиабренд, в данной тематике на медиарынке является монополистом. Ничего похожего на рынке нет.

DJ MAG – это мужское лайфстайловое глянцевое издание с музыкальным и бизнес – фундаментом, с мужской аудиторией средней, премиальной и частично люксовой категорий, включая сегмент «большого бизнеса» – профессионалов клубного и шоу-бизнеса, а также настоящих ди-джеев, любителей и поклонников всемирной и российской электронной культуры, для которых представлен отдельный раздел, расположенный в последней трети журнала.

Журнал в основном ориентирован на мужскую аудиторию, среди них – третья часть которой имеет четко очерченную жизненную позицию – так называемые трендсеттеры. Чаще всего эти люди отличаются от других не только манерой необычно одеваться, но еще и неформально мыслить, действовать; и, как следствие, трендсеттер устанавливает новые прецеденты для культурных тенденций. Понятие "Трендсеттер" объединяет в себе такие понятия как инноватор, креативщик, идеолог, законодатель, родоначальник. Поэтому цены на вещи или продукты, потребляемые им для своего жизненного обустройства, ему совершенно не важны, он берет их совершенно из разных целевых групп. Не важно стоит эта вещь 100 рублей или 10000 долларов, для достижения своих целей трендсеттер может зайти как в дорогой бутик, так и в магазины стоковых ТНП. Это совершенно новый вид аудитории. И, к сожалению, большинство маркетологов не замечают данную группу, а это уже очень приличный срез ЦА, в основном в Москве и городах миллионниках. Если эта группа признает то или иное новшество, то обычно считается, что рынок уже в кармане.

Одно из преимуществ журнала, помимо стандартного распространения – это участие во всех лучших вечеринках (BTL), путем раскладки издания (вышедшего из оборота) на столах или диванах в зонах VIP. Свыше 40 эвентов в год – собственный рекорд 2010 года. Мы не практикуем уничтожение непроданных тиражей – это против наших правил.

Изданию в России – 16 лет. (1999-2015 г.г.)

ТИРАЖ ЖУРНАЛА • АУДИТОРИЯ

издается с 1999 года!



DJMAG издается с конца 1999 года, из профессионального издания в начале нулевых, издание преобразовалось в музыкальный мужской лайфстайл, имеющий очень широкую аудиторию читателей. Выскочив из «узкой ниши», сегодня это развлекательно-музыкальный журнал про гаджеты, fashion, машины и сложную технику для бизнеса.

В связи с увеличением сетей продаж и эвентов с 2011 г., тираж ушел за отметку 100 000 экземпляров в номер!

До 2011 года тираж издания варьировался от 75 тыс. до 90 тыс. экземпляров.

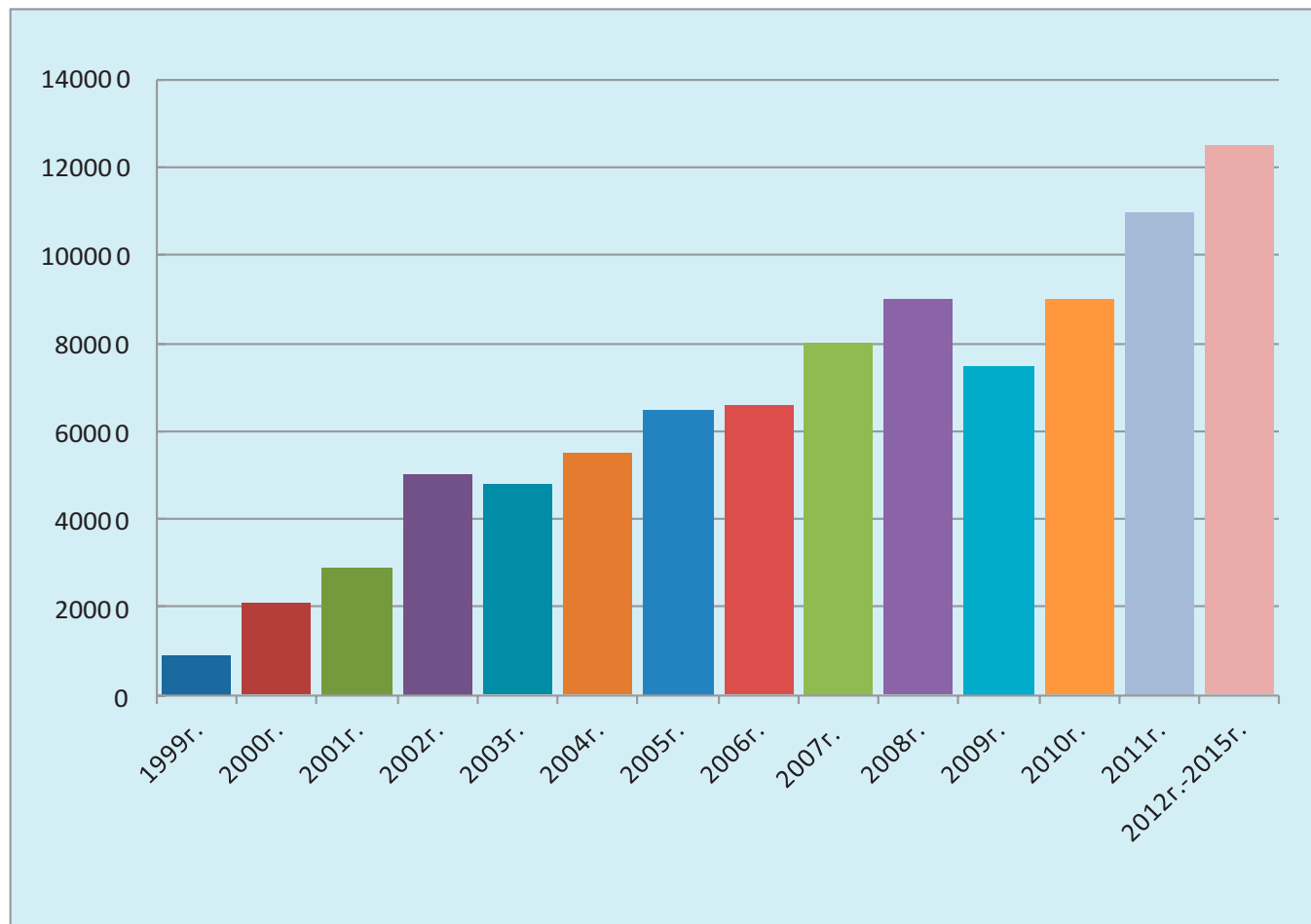
Одно из главных направлений журнала – ночная жизнь, где ди-джей является главной культовой фигурой на празднике жизни. С самого начала своего существования издание приобрело постоянную аудиторию, всесторонне связанную с клубной культурой, шоу-бизнесом и развлекательной индустрией – владельцы бизнеса, специалисты, ди-джеи, публика от простых обывателей и до посетителей дорогих ночных заведений класса «Люкс» и «Премиум». Активное проявление интереса у читателей к моде, росла вместе с повышением благосостояния населения и ситуацией на рынке фешен-ритейлеров. Это коснулось и наших читателей, у коих мода и музыка – являются неотъемлемой частью их жизни, и в большей части – у мужской аудитории журнала.

DJMAG – издание для нового поколения, наш читатель привык уделять первостепенное внимание внешности, не стесняясь этого, а, напротив, считая это достоинством. И наш читатель очень доверяет марке, рекламируемой в журнале. Попадая на наши страницы, рекламируемый продукт автоматически становится гарантом высокого качества!

ТИРАЖ ЖУРНАЛА • ДИНАМИКА РОСТА

издается с 1999 года!

- Тираж каждого номера DJMAG в 2015 году – от 105 тыс. до 125 тыс., в зависимости от сбора заказов, летний №4, июль-август – около 100 000 +/- 3000 экз.
- Объем DJMAG – от 112 до 160 полос
- Периодичность DJMAG – 6 номеров в год. Тираж диска-вложения, соответствует тиражу журнала.



CD-ДИСК

издается с 1999 года!

С 2003 года DJ MAG выходит с CD-диском, содержащим эксклюзивные миксы, записи выступлений ведущих российских и мировых ди-джеев; полезные мультимедийные треки, которые помогают читателям ознакомиться с полезной информацией от наших рекламодателей и партнеров. Истинные ценители электронной музыки просто охотятся за вложенными CD, и это, несмотря на доступность бесплатного контента в интернете.



РАЗДЕЛЫ ЖУРНАЛА

издается с 1999 года!



■ Раздел **«События»** посвящен самым грандиозным клубным мероприятиям и их участникам.

■ В разделе **«Развлечения»** читатели узнают о новинках и тенденциях в области автомобилей, моды и здоровья, мобильных, компьютерных технологий и техники для дома.



РАЗДЕЛЫ ЖУРНАЛА

издается с 1999 года!



■ Раздел **«Фишки»** посвящен всевозможным удобным вещам, супер-актуальным и необходимым для комфортного существования молодых людей, которые могут пригодиться на работе или в быту.



РАЗДЕЛЫ ЖУРНАЛА

издается с 1999 года!

- Раздел **«Fashion»**

Яркие визуальные образы не нуждаются в переводе... Эксклюзивные съемки, нестандартные макеты – тенденции будущих восприятий.

- Раздел **«Hype»** для умных и разборчивых, образованных и состоятельных людей, для тех, кто чувствует стиль, разбирается в моде и имеет обо всем свое дерзкое мнение...



РАЗДЕЛЫ ЖУРНАЛА

издается с 1999 года!

■ Раздел «PRO»

Нашим читателям интересна вся «изнанка» клубной жизни. В разделе PRO представлена свежая информация о новых достижениях в области hi-fi и high end, pro dj и pro акустики. Что занимает менее 30% от всего содержания.

ЭТО ЯВЛЯЕТСЯ НАШИМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ ПЕРЕД ДРУГИМИ МУЖСКИМИ ИЗДАНИЯМИ! При этом, как «околомузыкальное» издание, DJMag является монополистом на рынке печатных СМИ страны!

Так, в последнее время прослеживается такая тенденция, как проявление интереса у простого обывателя к профессиональной аппаратуре и даже приобретению ее для домашнего пользования.

Приставка PRO является очень большим аргументом к приобретению продукта и воспитывает определенное чувство, что все-таки деньги были потрачены не зря, и покупатель приблизился к избранному кругу клиентов.

АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛА • ПОРТРЕТ ЧИТАТЕЛЯ

издается с 1999 года!

Пол читателей:



- Женщины
43%
- ▣ Мужчины
57%

Читатели DJ MAG креативны и (что немаловажно) состоятельны, чтобы создавать свой собственный стиль. Читателей DJ MAG интересуют все новые тенденции: музыка и техника, автомобили и мобильная связь, мода и здоровье.

Читатели DJ MAG молоды (92%), обеспечены (60%), холосты (52%), образованы (88%), они активно пользуются интернетом, путешествуют за границу, регулярно посещают салоны красоты и модные бутики.

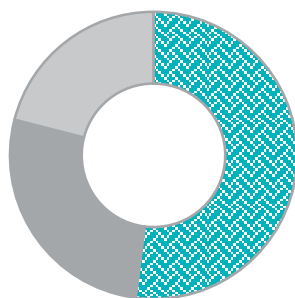
Все читатели DJ MAG посещают клубы и клубные мероприятия как минимум раз в месяц, они предпочитают премиальные марки алкоголя и сигарет.

Возраст читателей:

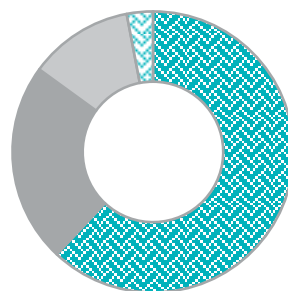


- 19-25 лет
44%
- 26-39 лет
37%
- До 18 лет
11%
- старше 40 лет
8%

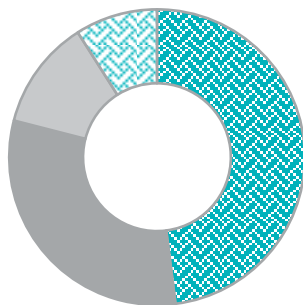


*издается с 1999 года!***Семейное положение:**

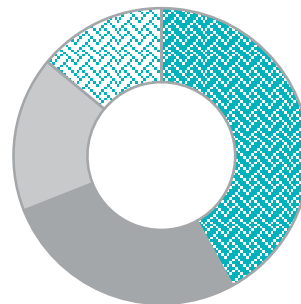
- ☑ Холост / не замужем 52%
- Женат / замужем 27%
- Гражданский брак 21%

Образование:

- ☑ Высшее 62%
- Среднее 12%
- Незаконченное высшее 23%
- ☑ Ученая степень 3%

Финансовый статус:

- ☑ Обеспеченный 48%
- Средний 31%
- Высокообеспеченный 12%
- ☑ Ниже среднего 9%

Социальный статус:

- ☑ Специалисты 42%
- Служащие 27%
- Руководители 17%
- ☑ Студенты 14%

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЖУРНАЛА

издается с 1999 года!



DJ MAG распространяется на всей территории России и ближнего зарубежья.

DJ MAG имеет принципиально платное распространение. Рекомендованная розничная цена DJ MAG (вкл. CD) – от 150 рублей.

Самая главная особенность распространения DJ MAG – долгая живучесть тиража, покрытие практически всех розничных мультимедийных сетей страны. А также продажа в собственной сети «MN-Press», и в киосковых и оптовых сетях наших партнеров МК, КП, АиФ, Кардос, Сейлс, Желдорпресс и так далее... Непроданные экземпляры DJ MAG размещаются в VIP-зонах в лучших клубах России и ближнего зарубежья.

С марта 2013 года издание распространяется бесплатно, но только новый номер, одновременно с выходом в продажу, в 50 Фитнес-клубах Москвы и МО. С января 2014 года это уже 97 клубов (среди них 20 премиальных). При этом в данных клубах круглосуточно транслируется рекламный видеоролик (15 сек) каждые 15 минут по видеодисплеям канала FitnesTV. Это единственная опция распространения нового номера – бесплатно. В других местах – только журналы, вышедшие из ритейл-оборота.

СТРУКТУРА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

издается с 1999 года!

- Москва – 60%
- Санкт-Петербург – 14%
- Центральный район – 4%
- Юг России – 4%
- Сибирь – 4%
- Урал – 3%
- Дальний Восток – 3%
- Прибалтика – 2%
- Белоруссия – 1%
- Закавказье – 2%
- Украина – 2%
- Казахстан – 1%



издается с 1999 года!

Базовые расценки на рекламу в 2015* году

Основные позиции

Стандартная полоса	330 000 руб.
Разворот	490 000 руб.
1-й разворот	680 000 руб.
2-й разворот	600 000 руб.
3-й разворот	560 000 руб.
2-я обложка	540 000 руб.
3-я обложка	370 000 руб.
4-я обложка	700 000 руб.
Гейтфолдер	1 100 000 руб.
Содержание (правая)	360 000 руб.
1/2 полосы	210 000 руб.
1/3 полосы	147 000 руб.
1/4 полосы	115 000 руб.
1/5 полосы	60 000 руб.
Дизайн+креатив 1/1 (промо, PR)	30 000 руб. 75000 руб.
Лого на диск	410 000 руб.
Брендирование диска	320 000 руб.

Скидки:

Для рекламных агентств - 20%

Реклама событий из мира шоу-бизнеса
(заведений) - 50%**

Учебные учреждения - 40%**

** - скидка не распространяется на раздел PRO

Наценки за позиционирование:

Рядом с содержанием 1/1 правая +30%

Первые 10 полос правых, соответственно,
1/1 +25%, 15%, 10% и 10-я полоса +5%.

Из расчета первые три и последующие по
три, и последняя 10-я полоса, соответственно.

* 2008-2011- прайс не менялся с 2008
года, новые изменения вступили с 01.01.2012 г.
+10%. Прайс на 2013 и 2014-15 годы не
менялся.

(цены указаны без НДС)

издается с 1999 года!

формат	обрезной, мм	дообрезной, мм
полоса	210x297	220x307
разворот	420x297	430x307

Макет может состоять только из:

1. Растровых изображений (*.tif, Photoshop EPS, в натуральном размере, с разрешением 300 dpi, total ink limit - 280%, color mode CMYK).
2. Векторных файлов (*.eps, *.ai, output resolution 2400, color mode CMYK. Недопустимо использование цветов RGB и Pantone. Макет и его составляющие не должны содержать встроенных профилей цветоделения).

Шрифты прилагаются дополнительно или переводятся в кривые.

Макет может быть собран:

- В Indesign, с последующим Package (collect), все шрифты должны быть переведены в кривые, должны отсутствовать RGB и Spot-цвета;
- В Illustrator (все эффекты должны быть отрастрированы с разрешением в 300 dpi, шрифты переведены в кривые, растровые элементы прилинкованы и предоставлены с файлом).

Примечания: Обрезной формат меньше дообрезного на 5 мм с каждой стороны (сверху, снизу, слева и справа).

Значащие элементы должны отстоять от края на 10 мм для дообрезного формата (на 5 мм для обрезного).

Рекламные макеты, изготовленные с нарушением технических требований, могут быть приняты для доработки, либо напечатаны при условии полной ответственности заказчика за любые последствия печати подобных макетов.

ГРАФИК ВЫХОДА ЖУРНАЛА В 2015 ГОДУ*издается с 1999 года!***График выхода журнала в 2015 году**

Номера выпусков журнала по году и валу	Сроки сдачи новостных и PR материалов	Сроки сдачи рекламных макетов	Дата поставки в розничные сети
6-1 . (декабрь 2014 г. - январь 2015 г.) № 81-82	15 ноября 2014	20 ноября	01-03 декабря 2014
2. (март-апрель 2015г.) № 83	25 января 2015	01 февраля	01 марта
3. (май-июнь 2015г.) № 84	25 марта	01 апреля	01 мая
4 . (июль-август 2015г.) № 85	25 мая	01 июня	01 июля
5 . (сентябрь-октябрь 2015г.) № 86	25 июля	01 августа	01 сентября
6 . (ноябрь-декабрь 2015г.) № 87	25 сентября	01 октября	01 ноября
1 . (январь-февраль 2016г.) № 88	25 ноября	01 декабря	25 декабря 2015

MUSIC * TECH * NIGHTLIFE * STYLE

DJ MAG

WWW.DJMAG.RU

По вопросам рекламы за подробной информацией обращайтесь:

Сергей Алексеев (Директор по рекламе)
adv@djmag.ru;

125009, г. Москва, Нижний Кисловский пер.,
д.7, стр.1, оф.101 (метро Арбатская)

тел. (495) 5171278

www.djmag.ru

E-mail: dj@djmag.ru