

ТЕХНО МИР



- Издательский дом «ТехноМир» создан в **1995** году.
- Портфолио Издательского дома «ТехноМир» составляет **4 ежемесячных журнала:**
 - «Игромания»
 - «Лучшие компьютерные игры»
 - «Мир фантастики»
 - «Mobi»
- **и 6 онлайн-проектов.**
- Годовой совокупный тираж изданий — **4 млн** экземпляров.
- **51 091 000** человек читают журналы Издательского дома.

Издательский дом «ТехноМир» — это высокотехнологичный медиахолдинг

- **«Игромедиа»** — размещение рекламы в журналах и онлайн-проектах на эксклюзивных условиях. Консультирование по вопросам эффективности публикаций, размеров рекламных модулей, частоты публикаций и позиционирования на страницах наших журналов.
- **Отдел маркетинга, Promo, Event** — организация имиджевых мероприятий (церемоний награждений, премий, вечеринок и др.), планирование и воплощение замыслов, продвижение и реализации идей для медиахолдинга и партнеров.
- **«Авитон»** — полный комплекс мероприятий по распространению печатной продукции: логистика, упаковка, складские услуги.

- **«Игромания»** — ежемесячный глянцевый журнал об индустрии электронных развлечений, выходит с сентября 1997 года.
- **«Игромания»** — журнал об электронных развлечениях как образе жизни. О новейших технологиях и существенных деталях.
- **«Игромания»** — это свежие рецензии, горячие новости, эксклюзивные репортажи и видео со всего мира.
- **«Игромания»** предоставляет актуальную информацию, публикуя беспристрастные мнения лучших авторов и неординарные темы компьютерного мира.
- **«Игромания»** — это ежемесячная энциклопедия индустрии электронных развлечений с проверенной информацией. Мнения и новости, которым можно доверять.
- **«Игромания»** — это стиль жизни.
- **«Игромания»** — 10 лет диктует стандарты для других изданий на рынке и формирует отношение к миру у молодежной аудитории в возрасте от 15 до 25 лет.

Тираж журнала «Игромания» непрерывно растет и на **конец 2007 года составляет 240 000 экземпляров в месяц.**

РУБРИКАТОР



НОВОСТНОЙ МЕРИДИАН

Новости из сердца игровой индустрии. Анонсы, проекты, тенденции, слухи, мнения и сенсационные события.

ИЗ ПЕРВЫХ РУК

Репортажи из студий, где создаются компьютерные игры. Мнения экспертов, мировые и российские эксклюзивы, репортажи с главных выставок и многое другое.

На DVD — самые разнообразные дополнения: музыка, графика из самых ожидаемых игр.

В РАЗРАБОТКЕ ■ В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ ■ ВЕРДИКТ ■ ИГРА МЕСЯЦА

Обзоры игр, находящихся в разработке, и рецензии на десятки новейших игр. Читательский хит-парад самых

популярных игр последнего времени (15 тысяч участвующих).

Во что поиграть в этом месяце, какую игру выбрать среди всего многообразия продуктов на отечественном лицензионном рынке и много других рекомендаций, которым доверяют наши читатели.

SPECIAL

Спорные и неординарные темы компьютерного мира. КТО стоит за созданием всемирно известных хитов? КАК мы относимся к насилию и жестокости в играх? КАКИЕ консоли будут интересны PC-игрокам? КТО задает моду игровой индустрии?

Игровое кино: рецензии на кассовые кинофильмы, основанные на играх.

Игровая библиотека: обзоры книг, написанных по мотивам игровых сюжетов и изданных в России.

ИНТЕРНЕТ ■ ИГРА В ОНЛАЙНЕ

Популярные и захватывающие онлайн-игры: новости, рецензии и практические рекомендации. Как извлечь максимум пользы из Интернета, и какие сайты интереснее всего посетить.

ЖЕЛЕЗНЫЙ ЦЕХ

В каждом номере мы знакомим читателей с вновь вышедшими устройствами, проводим подробные объективные тесты, в которых рассматриваются компьютеры, комплектующие, периферия, цифровые фото- и видеокамеры, MP3-плееры, различные гаджеты, сетевые и коммуникационные устройства.

Новости, школа компьютерной грамотности, выбор оптимального компьютера за разумные деньги, обзоры готовых системных блоков, новейшие цифровые и мобильные устройства, новые линейки известных производителей. Необходимые советы, легко применяемые на практике.

ПОЛЕЗНЫЙ СОФТ

Анонсы и детальные разборы самого актуального программного обеспечения для широкого круга пользователей.

На DVD — десятки новейших программ из номера.

КИБЕРСПОРТ

Новости и репортажи с киберспортивных мероприятий. Рейтинги игроков, реальное соперничество, надежды и разочарования.

На DVD — полноценный киберспортивный раздел. Видеорепортажи с чемпионатов, записи наиболее зрелищных поединков, советы и практические рекомендации от профессионалов компьютерного спорта.

ИГРОСТРОЙ

Создать с нуля собственную игру, сделать что-то оригинальное на основе других игр, модификация игр в домашних условиях с комментариями разработчиков игр. Увлекательная подача материала.

На DVD — видеокурсы по созданию игр, программные базы, примеры.

ПОЧТА «ИГРОМАНИИ»

Аналитический разбор тенденций игрового мира, увлечений и жизненных аспектов. Одна из стилиобразующих рубрик журнала.

ОСОБОЕ МНЕНИЕ

Особое мнение есть у каждого.

DVD-МАНИЯ

DVD-журнал, ежемесячное дисковое приложение к «Игромании».

■ **«DVD-мания»** — восемь с половиной гигабайт самой важной информации для активных геймеров: демонстрационные версии самых популярных игр, игровые модификации и дополнения, патчи, коды и так далее.

■ **«DVD-мания»** — журнал в журнале, это статьи на темы киберспорта и онлайн-игр, со своей рубрикой и постоянными авторами.

■ **«DVD-мания»** — статьи и видеоуроки о том, как самостоятельно модифицировать и улучшить любимые игры.



www.videomania-online.ru

Мультиплатформенное видеоприложение к крупнейшему журналу о компьютерных играх в России.

■ **«Видеомания»** — ежемесячный видеожурнал об индустрии электронных развлечений, выходит на DVD с апреля 2004 года в комплекте с журналом «Игромания».

■ **«Видеомания»** — журнал в журнале о самом важном. Он охватывает не только индустрию ПК, но и уделяет повышенное внимание игровым приставкам (таким как Sony PlayStation 3, Microsoft Xbox360 и Nintendo Wii).

■ **«Видеомания»** — эксклюзивные репортажи из самых разных уголков мира, интервью с легендами игровой индустрии, фильмы о создании игр, обзоры игр на всех платформах.

■ **«Видеомания»** затрагивает темы, которым в основном журнале не хватает

места, и воплощает идеи, которые в бумажном формате невозможно даже представить.

■ **«Видеомания»** — до 10 часов видео каждый месяц, озвученные самыми известными актерами и дикторами России, включая Бориса Репетура.

■ **«Видеомания»** — каждый месяц 4 выпуска легендарной передачи «От винта!» с Антоном Зайцевым и Борисом Репетуrom, выходявшей на федеральных каналах в 90-е годы.

■ **«Видеомания»** — на протяжении трех лет не имеет аналогов на рынке и привлекает дополнительное внимание к журналу «Игромания», выходя далеко за рамки его основной аудитории.

■ **«Видеомания»** появляется не только на DVD к журналу. Она настолько популярна, что есть в каждом доме, где проложена локальная сеть.

РУБРИКАТОР

ВИДЕОНОВОСТИ: ИНДУСТРИЯ

Индустриальные видеонОВОСТИ — это фактически полчасовая передача о самых главных событиях игровой и IT-индустрии, произошедших за месяц. Съемки различных презентаций, короткие интервью с важнейшими лицами игровой индустрии, впечатления редакторов журнала о тех или иных событиях, аналитика.

ВИДЕОНОВОСТИ: ИГРЫ

Игровые видеонОВОСТИ — это подборка самого свежего и актуального видео с комментариями редакторов «Видеомании», рассказы главных лиц «Игромании» об игровых презентациях, прошедших в самых разных странах, а также игровые трейлеры на русском языке, озвученные ведущими актерами страны.

SPECIAL

Репортажи из самых разных уголков мира, обзор главных выставок планеты (E3, Games Convention, Tokyo Game Show), интервью с легендами игровой индустрии, дневники разработчиков, сюжеты о том, как создаются видеоигры, и многое другое.



NEXT-GEN

Специальный раздел, полностью посвященный игровым приставкам нового поколения. Детальный разбор систем Sony PlayStation 3, Microsoft Xbox360, Nintendo Wii и портативных консолей Nintendo DS и Sony PSP. Свежие обзоры, интервью с разработчиками и специальные репортажи, посвященные данному сегменту игровой индустрии.

НА ПРИЛАВКАХ: КАТАЛОГ МЕСЯЦА, ЛОКАЛИЗАЦИИ, ИГРЫ

Все, что появилось на российском рынке за прошедший месяц. Каталог игр с демонстрацией игрового процесса. Сравнения оригинальных версий игр и их локализаций лицом к лицу. Детальные разборы главных хитов месяца.

РЕКЛАМНАЯ ПАУЗА

Самые смешные рекламные видеоролики, выходившие на западном рынке в прошлые годы. Блестящая возможность прикоснуться к видеоиг-

рам различной эпохи — от конца 70-х годов до нашего времени.

ОТ ВИНТА!

Легендарная передача «От винта!» с Антоном Зайцевым и Борисом Репетуром, выходившая на федеральных каналах в 90-е годы. Настоящая энциклопедия видеоигр прошлых лет. Ради нее миллионы собирались вокруг телевизора каждую субботу и воскресенье. Теперь миллионы смотрят ее в «Видеомании».

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КАНАЛ

Подборка самого интересного неформатного видео. Любительские ролики на тему игровой индустрии, уморительные сюжеты, игровые клипы, скоростные прохождения известных хитов — все, что заставит не раз улыбнуться наших зрителей.

КОМПЛЕКТАЦИЯ

Журнал комплектуется одним или двумя DVD.



В ИНТЕРНЕТЕ

www.igromania.ru

Сайт «Игромания» — это не только статьи из вышедших номеров, но и еще:

- **Сайт «Игромании»** — десять эксклюзивных разделов, созданных специально для сайта
- **Сайт «Игромании»** — компьютерно-игровые и компьютерно-цифровые новости
- **Сайт «Игромании»** — демоверсии, видеоролики, патчи, обои, игровая музыка
- **Сайт «Игромании»** — руководства и прохождения лучших компьютерных игр
- **Сайт «Игромании»** — обновление информации — каждый рабочий день
- **Сайт «Игромании»** — около миллиона уникальных посетителей в месяц.

Согласно общедоступным данным, сайт «Игромании» устойчиво входит в десятку самых популярных игровых ресурсов рунета.



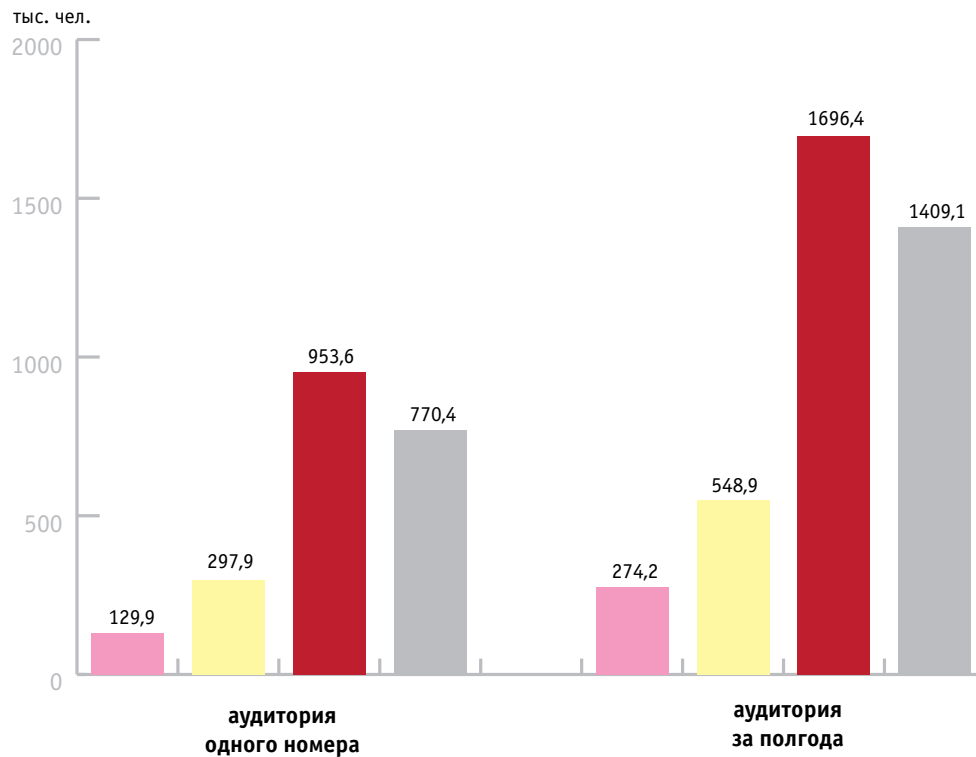
СТРУКТУРА АУДИТОРИИ ИГРОМАНИИ

ОХВАТ АУДИТОРИИ*

* «NRS-Москва-2007» март-июль 2007

«NRS-Санкт-Петербург-2007» март-июль 2007

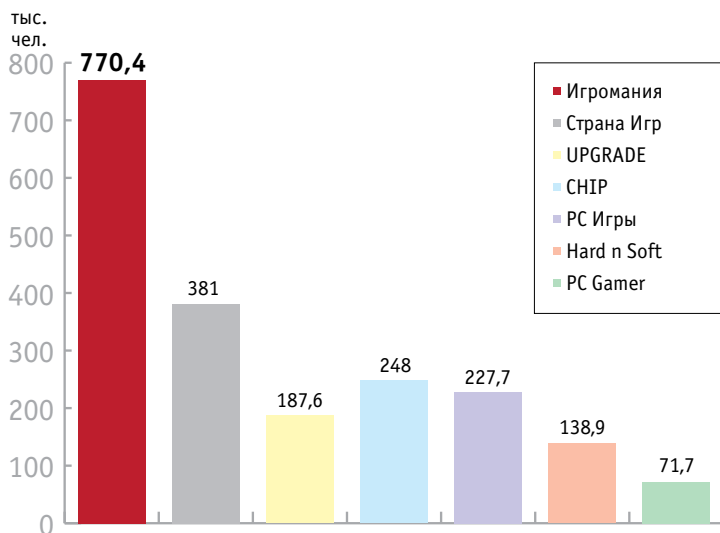
«NRS-Россия-2007» март-июль 2007



- Санкт-Петербург
- Москва
- Россия (всё городское население)
- Россия (города с населением более 100 тыс. чел)

«ИГРОМАНИЯ» — ЛИДЕР НА РЫНКЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ И ИГРОВЫХ ИЗДАНИЙ*

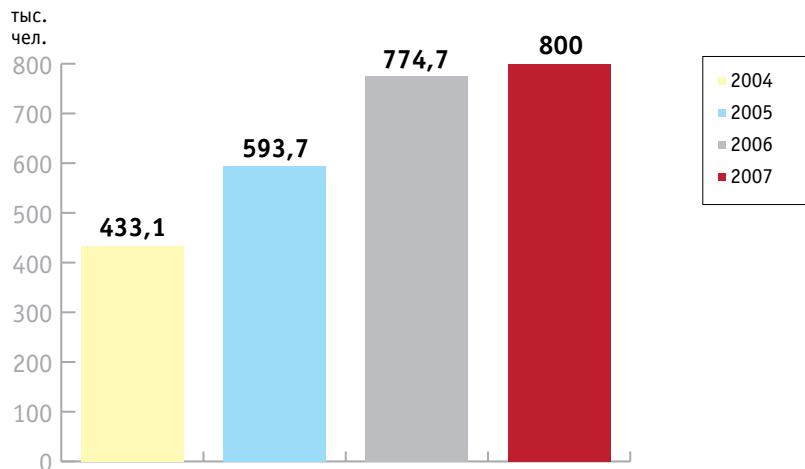
51% от аудитории одного номера — уникальная аудитория, читающих или просматривающих только «Игроманию» из всей группы компьютерных и игровых изданий.



*«NRS-Россия-2007» март-июль 2007

ДИНАМИКА РОСТА

Тираж журнала «Игромания» непрерывно растёт.



СТРУКТУРА АУДИТОРИИ ИГРОМАНИИ

СТРУКТУРА АУДИТОРИИ *

Пол	Возраст	%
мужчины	16-19	43
мужчины	20-24	12
мужчины	25-34	12
мужчины	35-44	9
мужчины	45+	5
женщины	16-24	7
женщины	25-34	3
женщины	35+	9

* «NRS-Россия-2007» март-июль 2007

МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ *

Могут покупать дорогие вещи	41%
Полный достаток	5%
Хватает на еду и одежду	45%

* «NRS-Россия-2006/2007» декабрь 2006-апрель 2007

ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС *

Высокообеспеченные	16%
Обеспеченные	32%
Среднеобеспеченные	25%

* «NRS-Россия-2006/2007» декабрь 2006-апрель 2007

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС *

Руководители	9%
Специалисты	10%
Служащие	11%
Рабочие	19%
Студенты	43%

* «NRS-Россия-2006/2007» декабрь 2006-апрель 2007

РЕЙТИНГ «ИГРОМАНИИ» СРЕДИ ИЗДАНИЙ ДЛЯ МУЖСКОЙ АУДИТОРИИ В ВОЗРАСТЕ 16-34 ЛЕТ*

Издание	Аудитория (тыс. чел.)
За рулем	1342,5
Игромания	670,7
Вокруг света	549,4
Maxim	567,1
Men's Health	429,1
Cosmopolitan	386,7
Хакер	343,7
Playboy	348,1
Top Gear	375
Мир ПК	230,4

* «NRS-Россия-2007» март-июль 2007

СТРУКТУРА АУДИТОРИИ ИГРОМАНИИ

ДОСУГ *

	Количество человек в тыс.	% от всей аудитории издания
Учеба, повышение квалификации	147,3	20,3
Чтение книг	105,9	14,6
Чтение газет	67,1	9,2
Чтение журналов	44,0	6,1
Слушание музыки	388,0	53,4
Слушание радио	224,9	33,7
Просмотр телепередач	497,7	68,5
Компьютерные игры	157,8	21,8
Посещение художественных выставок	11,9	1,6
Посещение театра	8,5	1,2
Посещение концертов	6,1	0,8
Посещение баров	90,7	12,5
Посещение дискотек, ночных клубов	61,3	8,4
Уход за автомобилем, его ремонт	57,1	7,9
Охота, рыбалка	20,6	2,8
Туризм (пеший, водный, горный и т.п.)	15,2	2,1

* «MIndex - Россия — 2006/2007» декабрь 2006 – апрель 2007

РАСПРОСТРАНЕНИЕ

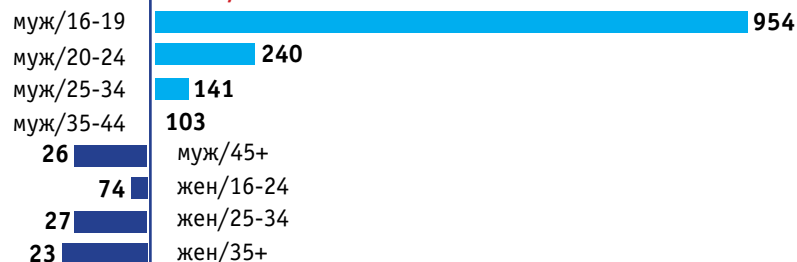
Регионы	Процент
Москва и Московская обл.	50%
Санкт-Петербург и область	4%
Северо-Западный округ	1%
Уральский округ	13%
Сибирский округ	10%
Центральный округ	6%
Южный округ	5%
Приволжский округ	8%
Дальневосточный округ	3%

ПРОФИЛЬ АУДИТОРИИ ИЗДАНИЯ*

РОССИЯ

Affinity Index=100 (россияне 16+)**

ПОЛ / ВОЗРАСТ



МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СЕМЬИ



ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС



СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС



* «NRS-Россия-2006/2007» декабрь 2006-апрель 2007

** Affinity Index показывает, во сколько раз доля целевой группы в аудитории издания отличается от доли целевой группы среди населения в целом. Индекс больше 100 говорит о том, что целевая группа сконцентрирована в аудитории издания.

- **Тираж** — 240 000 экземпляров
- **Объем** — 256 полос
- **Формат** — 210x297 мм
- **Периодичность** — ежемесячно
- **Печать** — UAB "Spaudos Konturai" Ltd, Литва
- **Распространение** — Россия и страны СНГ

Расценки на размещение рекламной информации с 1 сентября 2007 года*

Реклама на обложках	Рубли
2-я полоса обложки	480 000
3-я полоса обложки	480 000
4-я полоса обложки	560 000
Базовые расценки внутри журнала	
1 полоса	280 000
1/2 полосы	167 000
1/3 полосы	121 000
1/4 полосы	98 000
1/8 полосы	52 000

Наценки и скидки за специальные позиции

Позиция	Наценка (скидка), %
Первая полоса	+80
Полосы до «Слова редактора», кроме первой, полоса рядом со «Словом редактора»	+70
Полосы в разделе «Содержание», последняя полоса	+50
Первые 32 полосы после раздела «Содержание», полосы в рубрике «Железный цех»	+30
32 полосы в конце номера, кроме последней	-30

* указанные цены действительны до 31 августа 2008 года

** цены указаны без НДС

Рекламные возможности			
Рекламные ролики	5 сек, рубли	15 сек, рубли	30 сек, рубли
Открывающий ролик до загрузки оболочки диска	—	150 000*	267 000*
Рекламные ролики в видеоматериалах	—	65 000*	118 000*
Спонсорство рубрик и специальных репортажей			
Интро «Спонсор показа», всплывающий баннер, аутро	70 000	—	—
Видеоконкурс			
Интро, 2 всплывающих баннера, промо-ролик с призами, аутро + в журнале «Игромания» 1 полоса – анонс, 1 полоса - итоги	235 000		
Дизайн			
Дизайн оболочки и отдельных элементов интерфейса	78 000		
Брендинг диска	30 мм x 20 мм — 52 000, 45 мм x 35 мм — 78 000		

Указанные цены действительны до 31 августа 2008 года.

Цены указаны в рублях без НДС.

* В указанную стоимость не входят затраты на изготовление рекламных роликов.

■ **Спонсорские интеграции** – это аудио-визуальные отбивки спонсора.

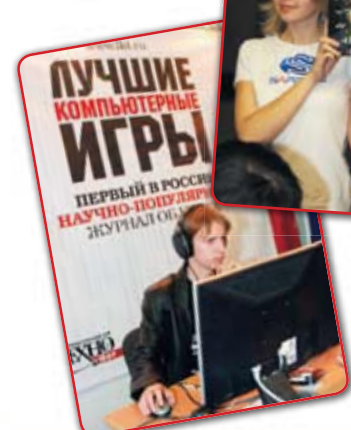
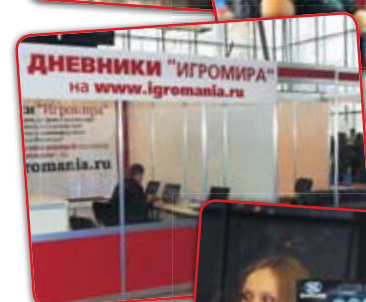
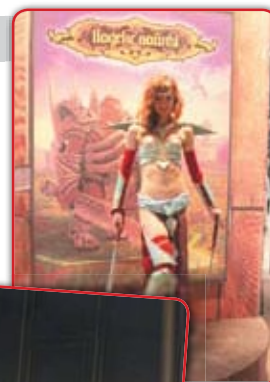
■ **Интро и аутро** – это начальная и конечная шапки программы.

Спонсорские интеграции изготавливаются отделом дизайна и продакшена «Видеомании» и подлежат утверждению спонсора.

Издательский дом «ТехноМир» регулярно проводит маркетинговые акции, которые, безусловно, повышают узнаваемость бренда, способствуют росту тиража и продаж. Организация различных акций и маркетинговых мероприятий еще более сближает нас с нашими партнерами.

Издательский дом «ТехноМир» помогает партнерам в реализации маркетинговых задач, предлагая нестандартные решения:

- Разработка стратегий коммуникации посредством сети Интернет
- Разработка механики коммуникации с использованием мобильного медиа
- Использование в акциях всего спектра современных мобильных решений — SMS, MMS, IVR, WAP, LBS, mobile audio/video
- Организация VTL-акций в Москве, регионах России и странах СНГ
- Организация события любого масштаба
- Разработка и проведение промо-кампаний
- Кросс-мерчендайзинг

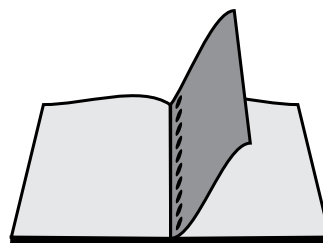


СПЕЦИАЛЬНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ПРОЕКТЫ

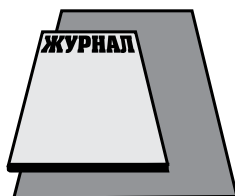
Для реализации нестандартных рекламных идей наших партнёров мы предлагаем следующие возможности:



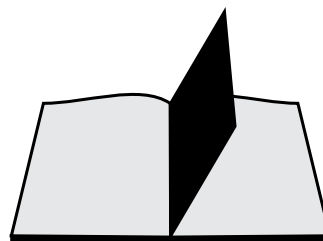
*Простое
вложение*



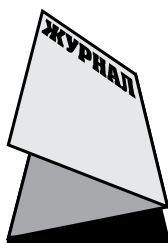
Постер с перфорацией



Супер-постер



*Вклейка
на плотной бумаге*



*Гейтфолдер
на 1-й обложке*



*Наклейка
на упаковку
журнала*



*Промо-лента
спонсора вокруг
журнала*

Требования к формату и качеству рекламных макетов в журналы ИД «ТехноМир»

1. Оригинал-макет рекламного материала необходимо предоставить в одном из следующих форматов:

1.1. В формате **TIFF**, разрешение — **300 dpi**, цветовая гамма — **CMYK**, без компрессии. **Макет в формате TIFF является оптимальным вариантом;**

1.2. Adobe Illustrator любой версии (вплоть до 9.0), формат файлов **EPS**. Текст должен быть переведен в кривые, растровые иллюстрации внедрены, цветовая модель **CMYK**. **Не принимаются** EPS, выведенные

из других программ (**CorelDRAW, QuarkXPress** и др.).

Ответственность за установки треппинга и оверпринта полностью лежит на изготовителе макета.

2. Все предоставляемые оригинал-макеты рекламного материала должны сопровождаться цветными распечатками или, если оригинал-макеты рекламного материала предоставляются по e-mail, файлом меньшего разрешения (JPG, PDF), полностью содержащим ВСЮ используемую в рекламном материале информацию.

3. Весь **текст**, используемый в оригинал-макете рекламного материала и написанный **ЧЕРНЫМ ЦВЕТОМ**, должен иметь процентное содержание цветов: **С-0, М-0, Y-0, К-100**.

4. Весь **текст**, написанный вывороткой на темном фоне, должен быть размером **не менее 8-го кегля**, и процентное содержание цветов фона не должно превышать **300%**.

5. **Текст**, воспроизводимый в **несколько красок**, должен быть размером **не менее 9-го кегля**.

6. Виды носителей информации: **CD-R/RW, DVD-R/RW**.

7. Возможен прием макетов посредством закачивания на наш FTP. Адрес FTP: **ftp://igromedia:arise@ftp.igromania.ru/** **Перед закачиванием на FTP необходимо заархивировать файлы**. Допустимые форматы архивов: **.rar, .zip**.

8. **Значимые элементы** не должны располагаться **ближе 5 мм от каждого обрезного края**.

9. **На всех макетах необходимо ставить информацию о том, что это реклама**.

Примеры надписей: «Реклама», «На правах рекламы» (без кавычек).

Размеры модулей или полос предоставляемых оригинал-макетов рекламного материала должны строго соответствовать нижеследующим требованиям:

Модуль или полоса	Обрезной формат модуля или полосы	Припуск на вылет, под обрез
1 полоса	210x297 мм	+5 мм с каждой стороны (220x307)
1/2 полосы	210x148 мм 105x297 мм	+5 мм с 4-х обрезных сторон (220x158) +5 мм с 4-х обрезных сторон (115x307)
1/3 полосы	70x297 мм 210x100 мм	+5 мм с 4-х обрезных сторон (80x307) +5 мм с 4-х обрезных сторон (220x110)
1/4 полосы	52x297 мм 210x75 мм 105x148 мм	+5 мм с 4-х обрезных сторон (62x307) +5 мм с 4-х обрезных сторон (220x85) +5 мм с 4-х обрезных сторон (115x158)
1/8 полосы	52x148 мм 105x75 мм 210x37 мм	+5 мм с 4-х обрезных сторон (62x158) +5 мм с 4-х обрезных сторон (115x85) +5 мм с 4-х обрезных сторон (220x47)

При несоблюдении рекламодателем указанных в пп. 1–9 требований к оригинал-макету рекламного материала издатель не гарантирует читаемость и качественное восприятие рекламного материала.

КОНТАКТЫ

ИГРОМЕДИА

Отдел рекламы

Тел./факс: +7(495)730-40-14

Руководитель International Dep.

Юлия Однакова odnakova@igromania.ru

Руководитель Россия, СНГ

Дарья Новоторцева danja@igromania.ru

Менеджеры

Светлана Лозовая svetlana@igromedia.ru

Ярославна Михайлова ya@igromedia.ru

Светлана Попова popova@igromedia.ru

Роман Гусев roman@igromedia.ru

Мария Королева koroleva@igromedia.ru

Надежда Булла bullan@igromedia.ru

Координатор

Елена Данилюкова elena@igromedia.ru

ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА, PROMO & EVENT

Тел./факс: +7 (495) 730-40-14, +7 (495) 730-66-94

Руководитель отдела маркетинга, promo & event

Юлия Курбатова kurbatova@igromania.ru

АВИТОН-ПРЕСС

Распространение

Тел./факс: +7 (495) 642-87-80

Генеральный директор

Юлия Воробьева sales@aviton-press.ru

ИЗДАНИЯ

ЖУРНАЛ «ИГРОМАНИЯ»

Главный редактор

Александр Кузьменко ak@igromania.ru

ЖУРНАЛ «ЛУЧШИЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ»

Главный редактор

Андрей Ленский lensky@lki.ru

ЖУРНАЛ «МОВИ»

Главный редактор

Евгений Тер-Авакян eujene@mobimag.ru

ЖУРНАЛ «МИР ФАНТАСТИКИ»

Главный редактор

Николай Пегасов pegasoff@mirf.ru