

# SHAPE®

журнал  
для  
АКТИВНЫХ  
и  
УСПЕШНЫХ

Полная информация  
об аудитории  
журнала SHAPE



# SHAPE 33 СТРАНЫ МИРА ГЛОБАЛЬНЫЙ БРЕНД

Журнал SHAPE издается на 13 языках  
и распространяется в 33 странах:

США, Китае, Германии, Швейцарии, Австрии, Греции,  
Англии, Венгрии, Польше, на Кипре, Малайзии, Украине,  
ЮАР, Намибии, Анголе, Зимбабве, Лесото, Танзании,  
Сингапуре, Таиланде, Латвии, Южной Корее, Тайване,  
в России и странах СНГ.



Россия



Венгрия



Польша



Америка



Германия



Греция



Сингапур



Малайзия



Тайланд



Индонезия



Китай



Корея



Украина

# SHAPE

издание №1 в мире  
в категории Active Lifestyle



SHAPE входит в десятку  
лучших женских изданий  
и в **топ-50** самых  
продаваемых журналов

**SHAPE** — журнал для современной энергичной молодой девушки с активной жизненной позицией.

**Издание** с 28-летним наследием отличного редакторского состава, уникальной аудиторией из 8 миллионов образованных, состоятельных читательниц и большим тиражом может легко конкурировать с любым другим изданием из той же категории.

SHAPE — это:

- молодые состоятельные девушки, ведущие модный и активный образ жизни;
- журнал вне конкуренции, единственный в России в категории Active Lifestyle;
- уникальная читательская аудитория;
- тираж 250 тысяч экземпляров;
- обширная сеть распространения: от Калининграда до Владивостока и от Мурманска до Сочи.

Нас читают  
**8**  
МИЛЛИОНОВ

# SHAPE АУДИТОРИЯ



## Читательница SHAPE —

молодая, активная,  
образованная,  
состоятельная

**Основная аудитория**  
журнала — женщины  
от 16 до 34 лет

**Пол/возраст**  
Жен./16–34 — 70,3%  
Жен./35–54 — 27,8%

**Занятость**  
Работают — 71,6%  
Не работают — 28,4%

**Семейное положение**  
Замужем — 46%  
Не замужем — 54%

**64,9%** читательниц SHAPE в Москве имеют доход средний и выше среднего.

**63%** читательниц SHAPE в России имеют доход средний и выше среднего.

### Читательницы SHAPE имеют доходы высокий и выше среднего

74% представительниц прекрасного пола в возрасте от 18 до 34 лет считают себя главой семьи и утверждают, что когда делается большая покупка, последнее слово остается за ними.

По данным исследования компании OMD (группа Optimum Media) на территории 16 стран.

### Доходы читательниц гляцевых журналов

	Россия		Москва	
	Выше среднего / Средний	Средний	Выше среднего / Средний	Средний
SHAPE	25,3%	37,7%	25,0%	39,9%
Cosmopolitan	17,5%	39,6%	20,0%	38,5%
Elle	20,4%	38,8%	22,8%	37,2%
Glamour	17,2%	40,2%	20,0%	42,8%
Mini	17,3%	42,7%	19,5%	44,5

Gallup Media, NRS-Москва–2009/3, март–июль 2009 г.

Читательницы SHAPE имеют наиболее высокий социальный статус, среди них больше всего руководителей и специалистов

### Социальный статус читателей гляцевых журналов

	Руководители	Специалисты	Служащие	Рабочие
SHAPE	15,1%	26,5 %	14,4%	10,3 %
Cosmopolitan	12,7%	16,6%	17,6%	17,1%
Elle	15,7%	17,2%	16,1%	10,9%
Glamour	11,4%	16,4%	16,9%	14,1%
Mini	8,2%	19,3%	17,4%	11,1%

Gallup Media, NRS-Россия–2009/3, март–июль 2009

# SHAPE АУДИТОРИЯ



SHAPE — журнал для девушки, которая хочет быть собой, но при этом открыта для экспериментов и не боится изменить себя и окружающий мир к лучшему.

## Высшее образование читательницы SHAPE

### Читатели глянцевых журналов с высшим образованием

SHAPE	58,3%
Elle	44,6%
Marie Claire	43,9%
Mini	39,5%
Glamour	37,3%
Cosmopolitan	36,1%

Gallup Media, NRS-Россия-2009/3, март–июль 2009 г.

## Читательница SHAPE —

динамичная, умная, прекрасно образованная, успешная, целеустремленная, стремящаяся сделать хорошую карьеру.

Ее стиль — здоровый образ жизни и разнообразный досуг. Она стремится быть лучшей во всем.

РОССИЯ	Пол Женский	Возраст 16–34	Образование Высшее	Доход Высокий	Руков.	Статус Спец.	Служ.
SHAPE	172	190	213	199	130	210	123
Glamour	156	195	136	135	99	130	145
Cosmopolitan	147	178	132	137	110	132	151

Gallup Media, NRS-Россия-2009/3, март–июль 2009 г.

МОСКВА	Пол Женский	Возраст 16–34	Образование Высшее	Доход Высокий	Руков.	Статус Спец.	Служ.
SHAPE	177	212	167	155	104	161	125
Glamour	170	216	119	124	91	121	151
Cosmopolitan	154	166	112	124	97	120	149

Gallup Media, NRS-Москва-2009/3, март–июль 2009 г.

# SHAPE АУДИТОРИЯ



## Читательница SHAPE

Избирательно относится к потоку информации, имеет свое личное мнение.

Разумно относится к покупкам и любит технологии.

Престиж, актуальность и удобство — на первом месте.

Читательница SHAPE посещает салоны красоты **не меньше 1 раза в 2 недели.**

Активно посещает бары, рестораны, кинотеатры.

Открыта для всего нового, много путешествует.

Читательницы SHAPE — активные пользователи компьютера и Интернета

	Ежедневно
SHAPE	50,5%
Elle	49,1%
Glamour	45,6%
Cosmopolitan	40,1%
Mini	44,9%

Читательницы SHAPE активно путешествуют

	Совершили поездки за границу за полгода
SHAPE	34,7%
Elle	31,4%
Glamour	22,7%
Mini	21,4%
Cosmopolitan	20,1%

Читательницы SHAPE активно посещают клубы, рестораны, салоны красоты

	Салоны красоты	Рестораны
SHAPE	57,8%	67,4%
Elle	55,0%	62,4%
Mini	55,4%	60,0%
Glamour	48,8%	58,9%
Cosmopolitan	41,1%	51,9%



## СБАЛАНСИРОВАННЫЙ ПОДХОД

23,6% — здоровье/фитнес

23,1% — красота/мода

17,5% — психология/здоровье

17,1% — еда/питание

9,2% — путешествия, развлечения

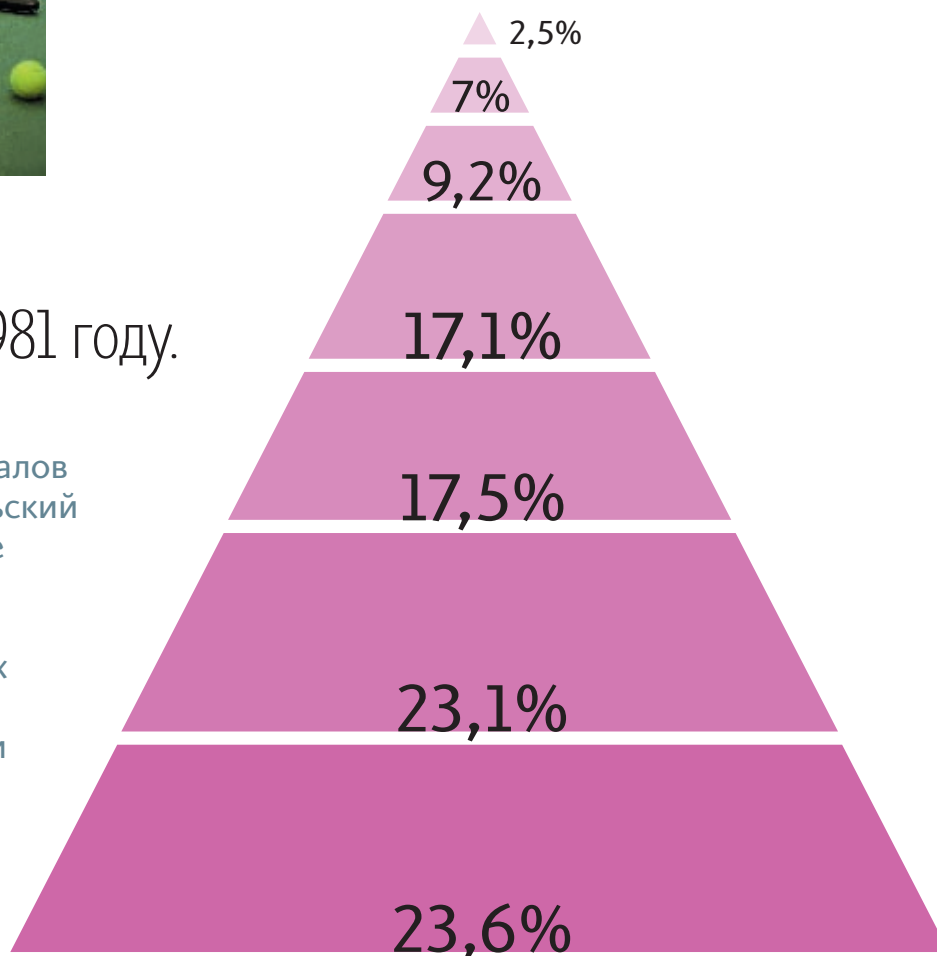
7% — другое

2,5% — общая информация

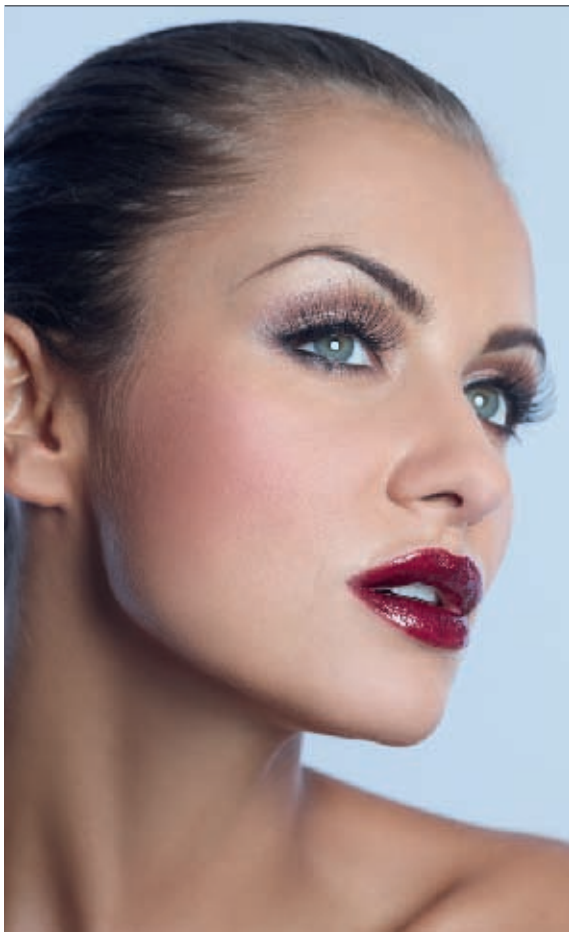
SHAPE основан  
29 лет назад, в 1981 году.

### SHAPE — это:

- достоверность материалов
- редакционно-издательский состав, имеющий свыше 23 профессионалов.
- качество текстовых материалов, основанных на профессиональных источниках информации из области медицины, моды, фитнеса, питания, красоты.



# SHAPE КРАСОТА



Все, что создает  
и поддерживает красоту!

**95,6%** читательниц SHAPE  
прислушиваются к советам журнала  
при покупке косметических средств

Марки (согласно опросу), которые  
предпочитают читательницы журнала SHAPE:

DIOR	CLARINCE	THALGO
CHANEL	PAYOT	BOURJOIS
YVES SAINT LAURENT	ARTISTRY	WELLA
KENZO	VICHY	AVON
SHISEIDO	MAYBELLINE	MARY KAY
GIVENCHY	L'OREAL	LA ROCHE-POSAY
LANCOME	MAX FACTOR	LUMENE
BIOThERM	ORIFLAME	ANNA LOTAN
CLINIQUE	NIVEA	YVES ROCHER
	SALLY HANSEN	«ЧИСТАЯ ЛИНИЯ»

Согласно опросу,  
проведенному на сайте  
[www.shape.ru](http://www.shape.ru), получены  
следующие данные:

К покупкам каких средств  
стимулируют вас советы  
журнала SHAPE?

**95,4%** косметических средств  
по уходу за телом и лицом

**94,6%** декоративной косметики

**91,5%** средств по уходу за волосами

**85,4%** кремов от целлюлита  
и растяжек

**73,8%** лаков для ногтей

**58,9%** красок для волос

Что для вас на первом  
месте при выборе  
косметики?

**75,9%** известный бренд

**72,4%** рекомендации  
журнала

**56,6%** советы знакомых

**27,4%** цена

Как часто вы меняете  
декоративную  
косметику?

**74,2%** иногда (раз  
в 1–3 месяца)

**45,8%** каждый месяц

Читательница журнала SHAPE меняет  
декоративную косметику в среднем раз  
в 1–3 месяца

# SHAPE КРАСОТА



**92,8%** читательниц SHAPE  
посещают салоны красоты

#### Посещение центров красоты

Чаще одного раза в месяц	465
Один раз в месяц	235
Каждые 2–3 месяца	217

Читательница SHAPE покупает все,  
что позволяет создавать и поддерживать  
красоту и экономит время

#### Статистика покупок косметических средств

Покупка декоративной косметики для глаз	186
Использование туши для ресниц	212
Использование теней для век	222
Использование контурного карандаша для глаз	181
Покупка декоративной косметики для губ	191
Использование губной помады	167
Использование контурного карандаша для губ	183
Покупка декоративной косметики для кожи лица	239
Использование пудры	168
Использование румян	275
Использование тонального крема, крема-пудры	249
Использование средств по уходу за кожей	215
Покупка средств по уходу за кожей для мужчин	113
Использование очищающих средств для кожи лица	182
Использование средств для умывания	200
Использование масок	218
Использование кремов для лица	146
Использование средств по уходу за кожей вокруг глаз	164
Использование бальзамов, кондиционеров, ополаскивателей, масок для волос	167
Использование красок для волос	150
Покупка женской парфюмерии	236
Покупка мужской парфюмерии	159

Читательницы SHAPE —  
активные потребители  
товаров и услуг  
индустрии красоты

• На первом месте среди  
аудитории журнала SHAPE  
в возрасте **21–29 лет**  
стоит покупка  
декоративной косметики.

• На первом месте среди  
аудитории журнала SHAPE  
в возрасте **29–35 лет**  
стоит покупка  
кремов по уходу за кожей  
лица и антицеллюлитных  
средств.

# SHARE ОДЕЖДА И ОБУВЬ



Все, что прекрасно сидит  
на красивом теле!

Согласно опросу, проведенному  
на сайте [www.share.ru](http://www.share.ru), получены  
следующие данные:

## 77,3%

аудитории прислушиваются  
к советам журнала SHARE  
при выборе повседневной  
и стильной одежды

## 89,4%

читательниц  
интересуются  
советами  
стилистов  
журнала SHARE

На что вы обращаете внимание  
при выборе одежды?

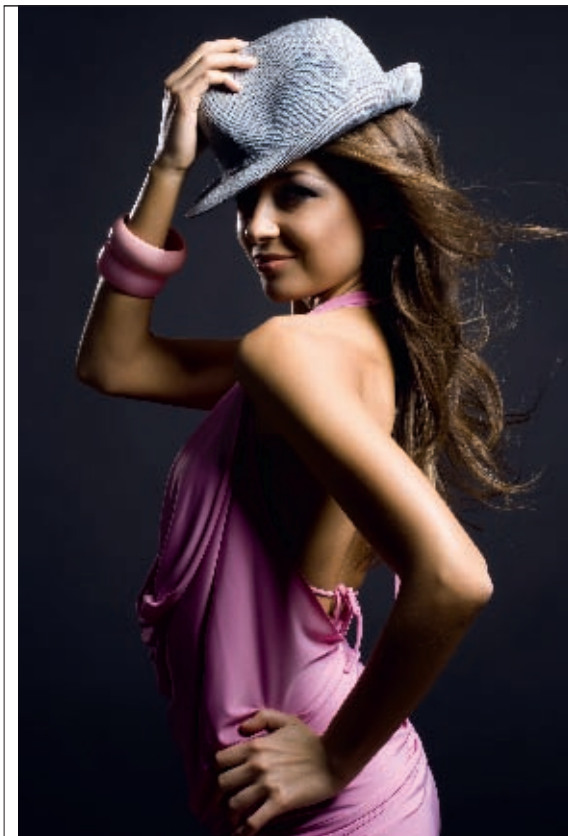
- 93,4% – на качество товара
- 72,1% – на модный аксессуар
- 65,1% – на известный бренд
- 63,4% – на рекомендации журнала
- 36,7% – на советы знакомых
- 24,5% – на цену

Читательницы журнала SHARE  
пользуются советами журнала  
при покупке одежды и обуви.

- 78,4% – при выборе спортивной  
одежды и обуви
- 72,1% – при выборе модных  
аксессуаров
- 51,3% – модной обуви

Согласно опросу, проведенному на сайте  
[www.share.ru](http://www.share.ru) среди 1500 читательниц,  
октябрь/ноябрь 2009

# SHARE ОДЕЖДА И ОБУВЬ



Все, что прекрасно сидит на красивом теле!

## Покупка одежды

Джинсовая одежда	168
Спортивная одежда	143
Выходная одежда (костюм, платье)	176
Одежда на каждый день (кроме джинсовой и спортивной одежды)	124

## Покупка видов женской одежды

Зимнее пальто, полупальто	149
Демисезонное пальто, полупальто	230
Кожаная куртка	122
Куртка, пуховик	241
Юбка	187
Платье, сарафан	238
Блузка, блузка-рубашка	192
Костюм	224
Свитер, жакет, джемпер, толстовка	220
Брюки	221
Джинсы	257
Шорты	218
Купальник	282
Спортивный костюм	211
Головные уборы	242

## Покупка обуви

Кроссовки (женские)	263
Летняя обувь (туфли, босоножки, сандалии и т.д.)	215
Выходные туфли (женские)	227
Демисезонные туфли, ботинки (женские)	208
Утепленные ботинки, сапоги (женские)	223
Зимние ботинки, сапоги на меху (женские)	125
Женская обувь для дома (тапочки и т.п.)	127
Другая женская обувь	399

# 17%

своих доходов россияне ежемесячно тратят на обновление гардероба

## Покупка ювелирных изделий

Браслет	338
Кольцо	255
Кулон	403
Серьги	292
Цепочка	265
Другие ювелирные изделия	403

# SHAPE АВТОМОБИЛИ



## 83,4%

читательниц рассматривают рубрику «Тест-драйв» в качестве новостной информации об автомобилях.

К выбору машины читательницы относятся вдумчиво и при выборе автомобиля обращают внимание на:

93%	безопасность
58,5%	престижность машины
47,8%	выбор дополнительных функций
43,1%	привлекательный дизайн
41,5%	цену

Согласно опросу, проведенному на сайте [www.shape.ru](http://www.shape.ru) среди 1500 читательниц, октябрь/ноябрь 2009

Читательницы SHAPE пользуются СОВЕТАМИ ЖУРНАЛА при выборе машины, ее сервисном обслуживании и интересуются новинками.

Согласно опросу, **36,7%** читательниц планируют приобрести автомобиль

Большая половина (51,4%) аудитории журнала SHAPE имеет в семье не менее 2-х автомобилей. И это преимущественно иномарки.

### Марка автомобиля читательницы журнала SHAPE:

Nissan	343
Mitsubishi	158
MAZDA	157
Volkswagen	84
Другой импортный автомобиль	404

### Срок покупки последнего автомобиля (в семье):

Менее 3-х месяцев назад	315
От 3-х до 6-ти месяцев назад	132

### Наличие автомобиля в семье:

	Отечественный	Импортный
SHAPE	67,1%	47,6%
Elle	64,2%	41,0%
Mini	65,6%	39,6%
Glamour	61,2%	37,3%
Cosmopolitan	61,1%	34,0%

Gallup Media, Россия-2009

**67,1%** читательниц SHAPE имеют автомобиль в семье.

Намереваются купить импортный автомобиль — **177**

# SHAPE БЫТОВАЯ ТЕХНИКА



## 98,5%

читательниц журнала  
SHAPE интересуются  
новинками  
бытовой техники

Рейтинг самых  
популярных покупок  
бытовой техники  
среди читательниц  
журнала SHAPE:

- микроволновая печь
- пылесос
- соковыжималка
- холодильник

Согласно опросу, проведенному на сайте  
[www.shape.ru](http://www.shape.ru) среди 1500 читательниц,  
октябрь/ноябрь 2009

Читательницы журнала SHAPE  
следят за новинками в бытовой техники

### Намерение приобрести бытовую технику:

Микроволновую печь	106
Холодильник	310
Стиральную машину	67
Соковыжималку	102
Блендер	34

Читательницы журнала SHAPE —  
это премиум-сегмент, цена для аудитории  
стоит на четвертом месте.  
На первом — качество техники,  
набор функций, внешний вид.

### При выборе микроволновой печи:

внешний вид, дизайн	160
объем	126
набор функций	115

### При выборе стиральной машины:

внешний вид, дизайн	132
размер стиральной машины	124
количество оборотов	122

### При выборе холодильника:

внешний вид, дизайн	140
объем камер	124
набор функций	116

Gallup Media, Россия—2009

Рейтинги интереса читательниц  
к новинкам бытовой техники:

- блендеры
- соковыжималки
- кухонные комбайны

# SHAPE ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ



Читательницы журнала SHAPE ответственно подходят к выбору продуктов. Их качество стоит на первом месте!

## Статистика личных покупок

твердого сливочного масла	120	молока с соком, молочных коктейлей	163
растительного масла	108	сметаны	105
замороженных полуфабрикатов	127	хлебцев	147
замороженной, охлажденной пиццы	163	сухих суповых смесей	145
макаронных изделий	115	приправ, специй	133
круп и бобовых	125	консервированных овощей и фруктов	172
птицы	131	замороженных овощей, ягод и фруктов	135
рыбных деликатесов	168	смесей для завтрака	320
плавленых сыров	167	густого йогурта	165
сыра	116	питьевых кисломолочных продуктов	143
мягкого сливочного или творожного сыра	159	творожков, мягкого творога, творожных муссов	131
колбасных изделий, мясных деликатесов	191	глазированных сырков	107
паштетов	167	десертов, пудингов на основе молока	164
майонеза	105	творога, творожной массы	113
молока	117		
кетчупа	105		
готовых соусов	155		

При выборе продуктов питания читательница журнала SHAPE обращает внимание на:

91,1% – качество продуктов

35,7% – полезность

27% – калорийность

Согласно опросу, проведенному на сайте [www.share.ru](http://www.share.ru) среди 1500 читательниц, октябрь/ноябрь 2009

Gallup Media, Россия-2009

**93,8%** читательниц SHAPE обращают внимание на появление **новых продуктов** на полках магазинов



## 87,3%

читательниц SHAPE, согласно опросу, активно пользуются советами журнала SHAPE по здоровью и медицине

### Рейтинг покупок лекарственных препаратов:

74,5% – средства по уходу за волосами

73,6% – БАДы для красоты и похудения

72,9% – витамины

62% – средства для повышения иммунитета

57% – профилактические средства

43% – лекарственные средства

Согласно опросу, проведенному на сайте [www.shape.ru](http://www.shape.ru) среди 1500 читательниц, октябрь/ноябрь 2009

Читательницы SHAPE сами покупают себе лекарства — **126**

Самостоятельно принимают решение приобрести безрецептурный лекарственный препарат — **118**

#### Личное потребление типов лекарственных препаратов

Гомеопатические	120
Фитопрепараты (травы)	154
БАДы (Биологически активные добавки)	157

#### Покупка различных видов лекарств

Болеутоляющие и жаропонижающие средства	111
Витамины	120
Препараты для укрепления иммунитета	102
Глазные капли и мази	129
Леденцы с лечебным эффектом для горла	148
Препараты для лечения заболеваний мочеполовой системы	213
Препараты для лечения кожных заболеваний	314
Средства от кашля и боли в горле	126
Противоаллергические препараты	159
Противогрибковые препараты	158
Ранозаживляющие средства, средства после ожогов	156
Средства для лечения воспалений полости рта	228
Средства для регулирования веса тела	206
Средства от лихорадки на губах	102
Средства от мышечной, суставной боли, ревматизма	84
Средства от насморка	148
Средства от укачивания в транспорте	140
Успокоительные препараты	129
Средства для понижения уровня холестерина	179
Средства для понижения артериального давления	88
Лекарственные препараты от похмелья	93

# SHAPE АКЦИИ



## Акции «Дни SHAPE»

ИД «ВЕНЕТО» и ТРЦ Москвы проводят совместные акции, посвященные журналу, в которых принимают участие звезды российской эстрады и проводятся активные events от SHAPE.

## Акции «Выбор журнала SHAPE»

проходят в ресторанах, модных магазинах, магазинах спортивных товаров. Мы выбираем полезные и качественные продукты и товары и присваиваем им своеобразный знак качества «Выбор журнала SHAPE».

## Акция «SHAPE рекомендует»

SHAPE рекомендует книги о здоровом образе жизни, фитнесе и красоте, а также лучшие упражнения и мастер-классы по фитнесу и занятиям йогой, записанные на DVD.



*Каждый год журнал SHAPE приглашает друзей и партнеров на каток!*



**ПЛЯЖ! ЛЕТО! SHAPE!**  
*Журнал SHAPE каждое лето устраивает активный отдых на суперпляжах Москвы.*

# SHAPE КРОСС-ПРОМОУШЕН

Журнал SHAPE —  
информационный  
спонсор



## Фитнес-конвенции World Class, InterSport, MIOFF

Каждый год более 15 000 профессионалов и энтузиастов физической культуры собираются на фитнес-конвенциях.



## Кубок Кремля

Журнал SHAPE традиционно выступает информационным партнером Кубка Кремля — крупнейшего теннисного турнира в Восточной Европе.

## Неделя Моды в Москве и Russian Fashion Week

Журнал SHAPE — информационный спонсор показов ведущих модельеров в рамках Недели Моды в Москве и Russian Fashion Week.



## Рекламные кампании

### «10 лет с вами»

В 2009 году под этим девизом проходит рекламная кампания ИД «Венето» на светодиодных экранах по Москве

Каждый год журнал SHAPE размещает свою наружную рекламу

### Реклама SHAPE в Интернете

Реклама журнала SHAPE на лучших женских сайтах и интернет-порталах, таких как [www.eva.ru](http://www.eva.ru), [www.passion.ru](http://www.passion.ru), [www.galya.ru](http://www.galya.ru), [www.askwoman.ru](http://www.askwoman.ru).

### Рекламная кампания SHAPE на радио и ТВ

Журнал SHAPE активно сотрудничает с радиостанциями Love Radio, NRJ, «Хит FM», «Релакс». Каждый год SHAPE проводит рекламную кампанию и является спонсором программ, посвященных здоровому образу жизни.

### Реклама журнала на местах продаж в Москве



**470** магазинов

ПЕРЕКРЕСТОК, АШАН, МЕТРО, РЕАЛ, 12 МЕСЯЦЕВ, ГИПЕРГЛОБУС, АЛЫЕ ПАРУСА, СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ, АЗБУКА ВКУСА, ВИКТОРИЯ, БИЛЛА, БАХЕТЛЕ, РАМСТОР, ТОРКАС

Размещение **в 540** киосках на переднем стекле в сети ООО «ДМ-Пресс».

- Выкладка журнала двумя и более (выкладка дорожками) обложками. Гипермаркет АШАН, РЕАЛ, СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ.
- Выкладка в навесных карманах и прикассовых сетках. Сеть супермаркетов ПЕРЕКРЕСТОК, РАМСТОР
- Размещение в приоритетных местах продаж. Супермаркеты и гипермаркеты ГИПЕРГЛОБУС, РЕАЛ, АЛЫЕ ПАРУСА, ВИКТОРИЯ.
- Магазины прессы «ХОРОШИЕ НОВОСТИ» (АЭРОПОРТЫ, БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ)

### Реклама журнала на местах продаж в регионах

#### Реклама в супермаркетах:

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ВОЛГОГРАД, ЕКАТЕРИНБУРГ, КРАСНОДАР, ПЯТИГОРСК, РОСТОВ-НА-ДОНУ, САМАРА, СОЧИ, ТУЛА, УЛЬЯНОВСК, ЧЕЛЯБИНСК

- Двойная выкладка журнала SHAPE в супермаркетах города.
- Выкладка на базе стеллажа торгового оборудования в гипермаркетах.
- Выкладка журнала дорожкой.

Оперативное управление продажами:

БОЛЕЕ

**70**

КРУПНЫХ ГОРОДОВ РОССИИ

#### Продвижение журнала в киосковой сети:

БАРНАУЛ, ИРКУТСК, КЕМЕРОВО, КРАСНОЯРСК, НОВОКУЗНЕЦК, ОМСК, ЧИТА

- Приоритетная выкладка на центральной витрине киосков.

АРХАНГЕЛЬСК, БЕЛГОРОД, ЕКАТЕРИНБУРГ, ИВАНОВО, КАЗАНЬ, КАЛИНИГРАД, КАЛУГА, МУРМАНСК, НОВГОРОД, ПЕТРОЗАВОДСК, САМАРА, САРАТОВ, УЛЬЯНОВСК, ЧЕЛЯБИНСК, ЯРОСЛАВЛЬ

- Приоритетная выкладка журнала в полный формат.

#### Реклама в прессе

для оптовых покупателей:

КРАСНОДАР, СОЧИ

- Двойная выкладка журнала SHAPE в супермаркетах города.
- Рекламные плакаты журнала SHAPE в местах продаж.

#### Реклама в метро:

НОВОСИБИРСК

- Рекламная акция журнала SHAPE в метро Новосибирска.

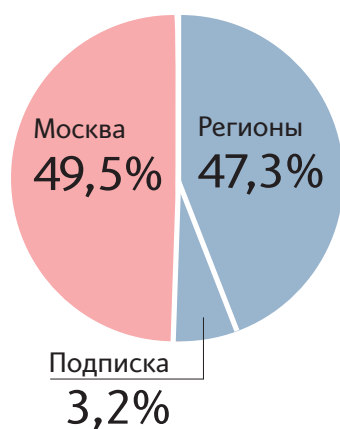
# SHAPE ПРОДАЖИ ЖУРНАЛА



Журнал SHAPE распространяется по всей России, а также в странах Балтии. Более 100 компаний, от Калининграда до Владивостока, продают журналы Издательского дома «Венето». ИД «Венето» имеет собственные представительства по распространению: в Санкт-Петербурге (Северо-Западный регион), Екатеринбурге (Уральский регион), Волгограде (Южный регион) и Новосибирске (Сибирский регион).

Мы работаем с 89 крупнейшими дистрибуторами по всей России, СНГ, странах Ближнего и Дальнего зарубежья

2 собственных представителя в Екатеринбурге и Санкт-Петербурге



**Уральский регион — 14,3%**  
Екатеринбург  
Челябинск  
Пермь

**Поволжский регион — 7,8%**

Нижний Новгород  
Самара  
Казань  
Саратов  
Киров  
Ижевск  
Оренбург  
Саранск  
Ульяновск  
Уфа

**Центральный регион — 7,6%**

Смоленск  
Тула  
Рязань  
Владимир  
Калуга  
Ярославль  
Брянск  
Воронеж  
Липецк  
Белгород  
Тамбов  
Пенза

**Дальневосточный регион — 3,9%**

Владивосток  
Хабаровск  
Благовещенск  
Петропавловск-Камчатский  
Комсомольск-на-Амуре  
Южно-Сахалинск

**Москва — 49,5%**

**Северо-Западный регион — 22,5%**

Санкт-Петербург  
Северодвинск  
Архангельск  
Новгород  
Мурманск  
Вологда  
Тверь

**Сибирский регион — 18,6%**

Новосибирск  
Сургут  
Красноярск  
Томск  
Барнаул  
Тюмень  
Омск  
Кемерово  
Иркутск

**Южный регион — 9,5%**

Ростов-на-Дону  
Волгоград  
Астрахань  
Новороссийск  
Краснодар  
Сочи  
Пятигорск  
Ставрополь  
Минеральные Воды

Тираж журнала — **250 000** экземпляров

# SHAPE РЕКЛАМА В ЖУРНАЛЕ

## Сроки сдачи рекламы на 2011 год, SHAPE

НОМЕР	СРОК ПОДАЧИ ЗАЯВКИ	СРОК ПОДАЧИ МАКЕТА	ВЫХОД ЖУРНАЛА
№ 2 (февраль)	13.12.10	20.12.10	26.01.11
№ 3 (март)	14.01.11	20.01.11	22.02.11
№ 4 (апрель)	14.02.11	21.02.11	23.03.11
№ 5 (май)	14.03.11	21.03.11	20.04.11
№ 6 (июнь)	15.04.11	22.04.11	25.05.11
№ 7 (июль)	12.05.11	20.05.11	22.06.11
№ 8 (август)	13.06.11	20.06.11	20.07.11
№ 9 (сентябрь)	15.07.11	22.07.11	24.08.11
№ 10 (октябрь)	12.08.11	23.08.11	21.09.11
№ 11 (ноябрь)	12.09.11	23.09.11	19.10.11
№ 12 (декабрь)	12.10.11	24.10.11	23.11.11
№ 1 (январь)	14.11.11	22.11.11	21.12.11

## Базовые цены на размещение рекламы в 2011 году

ФОРМАТ	SHAPE	SHAPE-МАМА	SHAPE-МЕНЮ	SHAPE-УПРАЖНЕНИЯ
1 полоса	500 000	270 000	250 000	250 000
1/2 полосы	350 000	190 000	175 000	175 000
1/3 полосы	260 000	120 000	110 000	110 000
1/4 полосы	200 000	110 000	100 000	100 000
Разворот	970 000	485 000	450 000	450 000
1-й разворот	1 110 000	560 000	520 000	520 000
2-й разворот	1 060 000	540 000	500 000	500 000
3-й разворот	1 020 000	510 000	470 000	470 000
Первая полоса рядом с содержанием	550 000	300 000	270 000	270 000
Вторая полоса рядом с содержанием	520 000	285 000	260 000	260 000
2 обложка	735 000	405 800	370 000	370 000
3 обложка	550 000	300 000	270 000	270 000
4 обложка	980 000	530 000	490 000	490 000

Цены указаны в рублях без учета НДС.  
18% НДС взимается дополнительно по ставкам в соответствии с законодательством РФ

Стандартные скидки  
агентская — 15%  
welcome — 5%  
пакетная — 20%

## Технические требования к предоставляемым материалам

### Внимание!

В связи с тем, что при печати журнала используется ТЕХНОЛОГИЯ СТР {COMPUTER TO PLATE}, рекламные материалы в виде цветоделенных пленок принимаются только

**по отдельному согласованию за 2 недели до сдачи журнала в печать.**

### Формат файлов

TIFF {СМУК} — разрешение не менее 300 dpi, не допускается использование альфа-каналов и LZW-компрессии. EPS — разрешение растровых элементов не менее 300 dpi, текст в кривых, количество узлов в элементе векторной графики не должно превышать 1024, файл не должен содержать в себе информацию о неиспользуемых шрифтах.

Все цвета должны быть в цветовой модели СМУК.

Не допустимо использование JPEG-компрессии как для preview, так и для самого файла.

При записи — encoding: binary, preview — 8 bit / pixel.

EPS {DCS} — при записи: preview — 72 pixel / inch color.

### Верстка макета

Может быть выполнена в InDesign {файлы формата TIFF или EPS, помещенные в InDesign} для Macintosh, без использования текстовых блоков {вся текстовая информация в виде EPS, в кривых}. Материалы, для которых требуется установка шрифтов заказчика, к публикации не принимаются! Припуск на обрез должен быть не менее 5 мм.

### Файл должен сопровождаться цветной распечаткой;

реклама размером 1 x 1 полосу и более — цветопробой за подписью ответственного лица.

### Носители:

CD {файловая система MAC, либо ISO 9660}.

### РАЗМЕРЫ ОБРЕЗНОГО ФОРМАТА (В ММ)

2/1 разворот = 400 x 267 (с припуском = 410 x 277)  
поле набора текста = 324 x 235

1/1 полоса = 200 x 267 (с припуском = 210 x 277)  
поле набора текста = 162 x 235

1/2 полосы горизонтальная = 200 x 131 (с припуском = 210 x 141)  
поле набора текста = 162 x 112

1/2 полосы вертикальная = 96 x 267 (с припуском = 106 x 277)  
поле набора текста = 78 x 235

1/3 полосы горизонтальная = 200 мм x 102 мм (с припуском = 210 x 112)  
поле набора текста = 162 x 83

1/3 полосы вертикальная = 77 x 267 (с припуском = 87 x 277)  
поле набора текста = 59 x 235

1/4 полосы горизонтальная = 200 x 67 (с припуском = 210 x 77)  
поле набора текста = 162 x 49

1/4 полосы вертикальная = 267 x 50 (с припуском = 277 x 60)  
поле набора текста = 235 x 32

# SHAPE

# ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ



Издательский Дом «Венето» по исследованиям ГИПП (Гильдия издателей периодической печати) входит в пятерку крупнейших издательств глянцевой прессы в России.

Основан в 1994 году.

Издательский Дом выпускает 8 журналов: SHAPE, «SHAPE-Мама», «SHAPE-Меню», «SHAPE-Упражнения», «Здоровье от природы», Up grade, Up grade Special, «Ремонт и строительство».



ООО «ПАБЛИШИНГ ХАУС ВЕНЕТО»

Наш адрес: Москва, 129090,  
Ул. Гиляровского, 10, стр.1  
Тел.: (495) 745-6898  
Факс: (495) 681-7359

Генеральный директор – Олег Иванов  
Издатель – Инна Коробова  
Коммерческий директор – Нинель Зинченко  
ninelle@veneto.ru

Отдел рекламы ИД «Венето»:  
Алла Трубеко  
allat@veneto.ru  
+7 (495) 510-58-32

Координатор – Татьяна Бичугова  
bichugova@veneto.ru  
+7 (495) 745-68-99  
+ (495) 681-99-85

Размещение рекламы ООО «Видео Интернешнл-Пресс ВИ»

Адрес: Осенний бульвар, дом 23,14 этаж.  
Тел.: (495) 937-0766, 937-0767

Генеральный директор Чередниченко Зинаида  
Руководитель проекта Анженко Ольга  
OAnzhenko@pressvi.ru

**SHAPE** [www.shape.ru](http://www.shape.ru)