



МЕБЕЛЬ & ИНТЕРЬЕР

**ВРЕМЯ
СОЗДАВАТЬ
ИНТЕРЬЕР!**

Журнал выпускается с 2005 года



Издательство «ВИК-Медиа-М»

Москва, м. «Тверская», м. «Маяковская»,
Старопименовский пер., 11/6, стр. 3, 2 этаж

Тел.: (495) 699- 34-16

info@mebinterior.ru www.vikmedia.ru

МЕБЕЛЬ & ИНТЕРЬЕР

Концепция издания

Журнал «МЕБЕЛЬ&ИНТЕРЬЕР» – ежемесячный журнал-гид для практичных людей, выбирающих и приобретающих мебель и предметы интерьера. Издание содержит самую актуальную и интересную информацию об основных мебельных трендах и тенденциях интерьерной моды, о качестве представленной на рынке мебельной продукции, а также полезные идеи, советы и рекомендации по созданию интерьера и оформлению пространства. Журнал издается с 2005 года и занимает активную позицию на мебельно-интерьерном рынке: помогает им выстроить эффективную покупательскую стратегию и успешно ориентирует в широком ассортименте мебели и предметов интерьера.



МЕБЕЛЬ & ИНТЕРЬЕР

Структура журнала

Основные разделы и рубрики:

1. Раздел «Новости»

Актуальная информация о событиях, которые происходят на мебельном и интерьерном рынке города.

2. Разделы «МЕБЕЛЬ&ИНТЕРЬЕР»

Тематические рубрики журнала: «Гостиные», «Мягкая мебель», «Кухни», «Спальни», «Детские». Материалы разделов предоставляют читателям информацию о разных видах мебели и знакомят их с актуальными тенденциями, стилями, направлениями мебельной моды, а также с новинками и предложениями мебельного рынка, касающимися данных рубрик. Рубрика «Интерьер» содержит информацию, идеи, советы, рекомендации по созданию и декорированию интерьера.

3. Раздел «Мебельная галерея Москвы» содержит актуальную информацию о торговых мебельных и интерьерных центрах города. «Навигатор покупателя» (мебельная карта Москвы) позволит читателю найти наиболее удобный для посещения центр или мебельный салон.



МЕБЕЛЬ & ИНТЕРЬЕР

Форма рекламных материалов:

30% содержания журнала составляют независимые информационно-аналитические материалы с полезными практическими советами, которые привлекают внимание читателя. Наряду с размещением прямой рекламы (имиджевая и каталожная формы – 25%), клиентам предлагаются оригинальные PR-ходы (непрямая реклама), которые усиливают эффект от традиционной рекламы за счет уникального пакета бонусных форм.

Это специальные редакционные и рекламные проекты (в том числе индивидуальные), тематические редакционные статьи, новости мебельных компаний, советы профессионалов, экспертов и т.д. Такая форма подачи позволяет читателю не просто познакомиться с предложением, но и скорректировать свой выбор, опираясь на мнение профессионала в зависимости от модных тенденций, появления новых технологий, от своих жилищных условий и личных предпочтений.

КУХНИ | КРАСКИ

КРАСКИ

О ярком и неожиданном в мебели

Часто для успеха стилиста и дизайнера или архитектора достаточно яркая краска и нестандартная отделка. Это цвет – мощный эмоциональный инстинкт для нас, он все слышит, чувствует и... говорит. Прочитав «Краски», сможете избежать типичной для новичков ошибки и дать своим клиентам эффективные рекомендации.

НЕЖНО-КРЕМОВЫЙ

Светло-розовые оттенки – это цвет нежности, романтики, любви. Он подходит для спальни, детской, гостиной. В сочетании с белым и золотом создает атмосферу роскоши и уюта. Этот цвет идеально сочетается с натуральными материалами, такими как дерево и текстиль. Он также отлично подходит для акцентной окраски стен и мебели.

ФИОЛЕТОВЫЙ

Фиолетовый – это цвет тайны, загадки, роскоши. Он подходит для гостиной, спальни, кабинета. В сочетании с белым и золотом создает атмосферу изысканности и элегантности. Этот цвет идеально сочетается с натуральными материалами, такими как дерево и текстиль. Он также отлично подходит для акцентной окраски стен и мебели.

ЛАВАНДОВЫЕ ТОНА, ПУРПУРНЫЙ, ФИАЛКОВЫЙ

Лавандовые тона, пурпурный и фиалковый – это цвета романтики, нежности, любви. Они подходят для спальни, гостиной, детской. В сочетании с белым и золотом создают атмосферу уюта и комфорта. Эти цвета идеально сочетаются с натуральными материалами, такими как дерево и текстиль. Они также отлично подходят для акцентной окраски стен и мебели.

КУХНИ

Модернизация кухни – это не только замена мебели, но и обновление интерьера. Яркие краски и нестандартные отделочные материалы позволяют создать уникальную атмосферу в вашем доме. Мы предлагаем вам ознакомиться с нашими рекомендациями по выбору цвета и отделочных материалов для кухни.

КУХНИ ПЕРЕМЕНЫ

Модернизация кухни – это не только замена мебели, но и обновление интерьера. Яркие краски и нестандартные отделочные материалы позволяют создать уникальную атмосферу в вашем доме. Мы предлагаем вам ознакомиться с нашими рекомендациями по выбору цвета и отделочных материалов для кухни.

www.kuchni.ru

КУХНИ

ВОЗОБРАЖЕНИЕ

noite KUCHEN

www.noite.ru

mod DESIGN

Время ярких решений

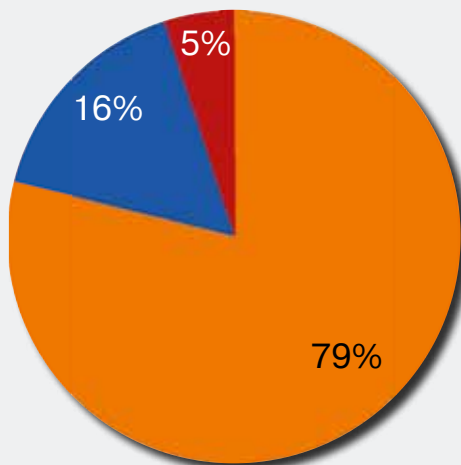
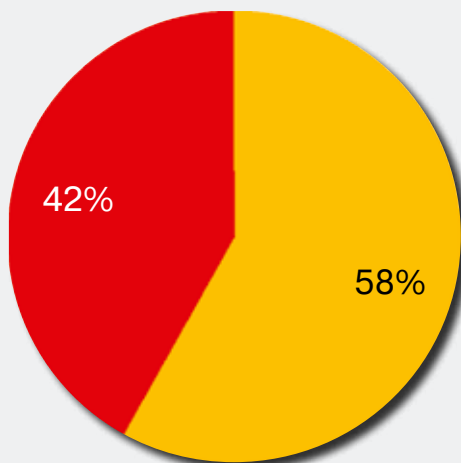
noite KUCHEN

www.noite.ru

Целевая аудитория:

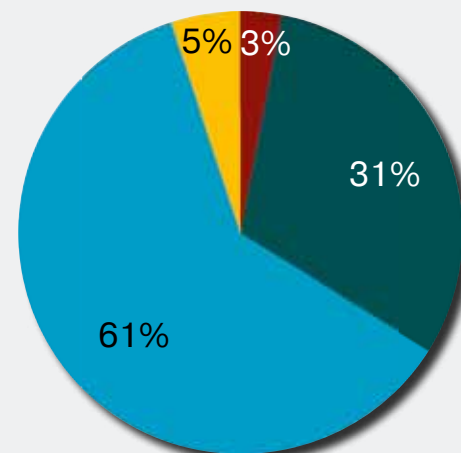
Целевая аудитория журнала «МЕБЕЛЬ&ИНТЕРЬЕР» – практичные люди с уровнем дохода, позволяющим приобретать мебель и предметы интерьера в ценовом сегменте средний и выше среднего. Аудитория одного номера в Москве – 100 000 человек. Среди них:

- женщины – **58%** читателей
- мужчины – **42%** читателей



Социальный статус читателей:

- деловые люди, которые ценят свое время – **79%**
- домохозяйки – **16%**
- пенсионеры – **5%**



Возраст читателей:

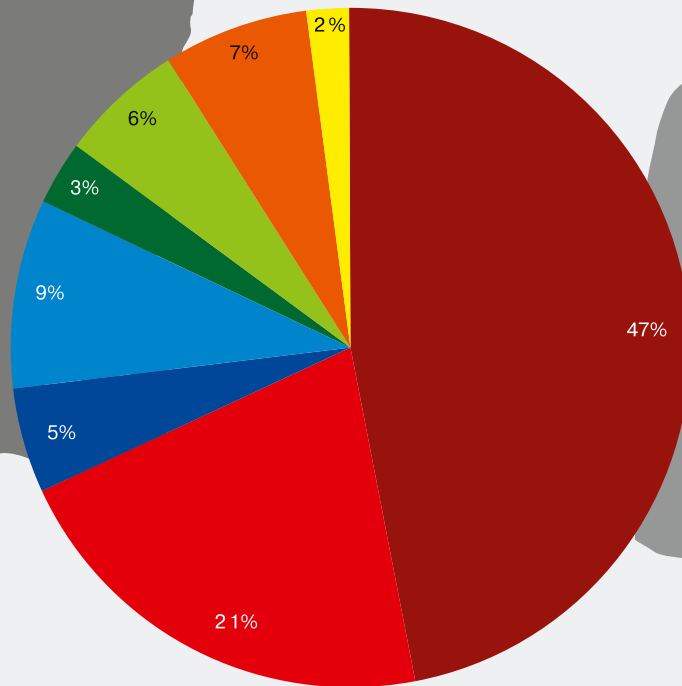
- 21 год – 25 лет – **3%** читателей
- 26 лет – 34 года – **31%** читателей
- 35 лет – 54 года – **61%** читателей
- 55 лет и старше – **5%** читателей

МЕБЕЛЬ & ИНТЕРЬЕР

Распространение

Журнал «МЕБЕЛЬ&ИНТЕРЬЕР» доставляется собственной сервисной службой и распространяется бесплатно среди представителей своей целевой аудитории в мебельных, интерьерных и строительных центрах. Журнал распространяется в супермаркетах «Азбука Вкуса», сети заправок ВР, в бизнес-центрах, автосалонах. Кроме того, редакция журнала принимает активное участие в специализированных мебельных и интерьерных выставках города.

- Мебельные центры – **47%**
- Интерьерные центры – **21%**
- Мебельные салоны – **5%**
- Заправки ВР – **9%**
- Супермаркеты «Азбука Вкуса» – **3%**
- Автосалоны – **6%**
- Бизнес-центры – **7%**
- Специализированные выставки – **2%**



МЕБЕЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ

- Мебель PARK
- Family Room в «Золотом Вавилоне»
- Монарх
- Кухни Парк
- Мебель BOX
- Медведково
- Формат
- Мебель Сити
- Скарабей

ИНТЕРЬЕРНЫЕ ЦЕНТРЫ

- Твинстор
- Интерьер Плаза – Белая Дача
- Ереван Плаза
- Design&Decoration Center KADO
- Артплей
- MADEX

МЕБЕЛЬНЫЕ САЛОНЫ

- Дом Мебель на Шаболовке
- Мебель Италии на Шаболовке
- Мебель Италии на Профсоюзной
- Мебель и Интерьеры
- Богема
- Кухни NOLTE
- Румынская мебель
- Мебель Германии

Прайс на 2014 год

Периодичность – 1 раз в месяц
Формат – А4, глянец, полноцвет
Количество полос – от 100 страниц

Распространение – бесплатное
Тираж – 45 000 экземпляров

Премиальные позиции*	
Обложки	
Первая обложка	180 000 руб.
Вторая обложка	90 000 руб.
Третья обложка	72 000 руб.
Четвертая обложка	100 000 руб.
Престиж-полосы	
Клапан первой обложки	150 000 руб.
Первый разворот (2 обложка + 3 страница)	150 000 руб.
Последний разворот (предпоследняя страница + 3 обложка)	120 000 руб.
Внутренние полосы	
Внутренний разворот	90 000 руб.
Одна полоса	60 000 руб.
1/2 полосы	40 000 руб.

* Скидки не распространяются

20% – наценка за выбор рекламного места

Скидки при долгосрочном сотрудничестве
3–5 мес – 15%, 6–8 мес – 20%, 9–12 мес – 30%

Технические требования к готовому макету:

Формат издания

Журнал «Мебель и Интерьер» выпускается в виде полноцветного журнала размером 225x295 мм.

Блоки модульной рекламы

В издании предусмотрено размещение блочно-модульной рекламы:

№ п.п.	Название	Обрезной размер (мм)	Дообрезной размер (мм)	Отступ
от края обрезного размера (мм)*				
1	Разворот	450x295	460x305	6
2	1 полоса [экстра]	225x295	230x305	6
3	1 полоса [статья]	195x265	195x265	6
4	1/2 полосы [вертикаль]	108x295	113x305	6
5	1/2 полосы [горизонталь]	189x130	—	—

* граница по краю макета, в пределах которой (6 мм) не должно находиться какой-либо значимой информации

Формат принимаемых в работу файлов

Готовый макет рекламного модуля должен быть предоставлен в редакцию на CD или DVD-носителе, посредством электронной почты или FTP-сервера в виде одного из следующих форматов:

- а) *.tif (СМУК, 300 dpi),
- б) *.eps (СМУК, 300 dpi),
- в) *.pdf (СМУК, 300 dpi),
- г) *.cdr (шрифты – в кривых, цвета – в СМУК, растр – СМУК, 300 dpi). Обязательно убрать из макета заказные цвета (PANTONE) и все эффекты, вроде теней, прозрачностей, Power Clip и т.п.

Всю текстовую и значимую информацию необходимо размещать внутри печатного поля.

Логотипы и макеты, сверстанные в пакете MS Office, – не принимаются.

ВАЖНО!

В разворотных макетах: учитывать корешок, который «съедает» примерно 1,5 см по ширине на стыке двух полос (в центре изображения). Нельзя размещать в этой области лица людей, значимые элементы, текстовую информацию, логотипы.