



САМАЯ ЧИТАЕМАЯ ГАЗЕТА

НЕСКРОМНО О СЕБЕ

**АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ** ИЗДАТЕЛЬСКИЙ
ДОМ

4 558 000

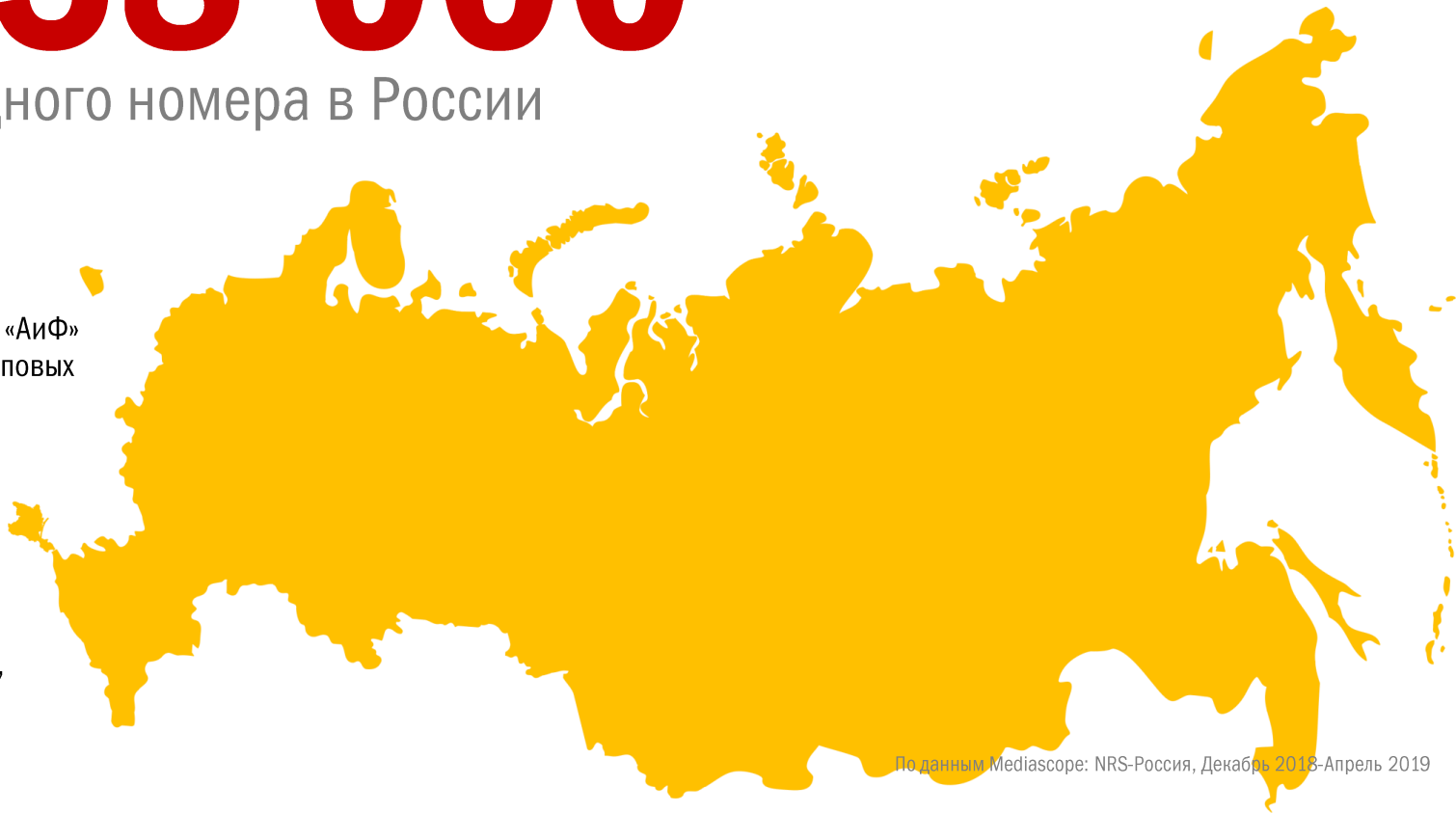
аудитория одного номера в России



Аудитория одного номера «АиФ»
сравнима с аудиторией топовых
телепередач
центральных каналов



Аудитория сопоставима
с населением таких стран,
как Ирландия, Хорватия
или Новая Зеландия



По данным Mediascope: NRS-Россия, Декабрь 2018-Апрель 2019

942 000

аудитория одного номера в Москве



Читатели «Аргументов и фактов» составляют 58% от общей аудитории еженедельных общественно-политических газет*

26% всех взрослых москвичей читали газету «Аргументы и факты» за последние полгода.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ТАРГЕТИНГ

Точечный
выбор
размещения
рекламы
на уровне
субъекта РФ

65 региональных
редакций

45 пунктов
печати

85 субъектов РФ:
ВСЯ РОССИЯ



АУДИТОРИЯ

одного номера «АиФ»

7,7% от населения
России

**! Это больше,
■ чем у топовых
телепередач**

| Название телепередачи | % от населения России | Канал |
|---------------------------------------|-----------------------|----------|
| XXIII зимние Олимпийские игры. Хоккей | 7,4 | РОССИЯ 1 |
| Пусть говорят | 5,7 | 1 |
| Итоги недели с Ирадой Зейналовой | 5,6 | НТВ |
| Время | 5,5 | 1 |
| Голос. Дети | 5,4 | 1 |
| Вести недели | 5,4 | РОССИЯ 1 |
| Поле чудес | 4,7 | 1 |
| Андрей Малахов. Прямой эфир | 4,2 | РОССИЯ 1 |
| КВН - 2018. Высшая лига | 3,4 | 1 |
| След | 3,1 | 5 |
| Ты супер! | 3,0 | НТВ |
| Комеди Клуб | 2,4 | ТНТ |

17 815 200

полугодовая аудитория

| | |
|--------------------------|------------|
| Аргументы и факты | 17 815 200 |
| Антенна/ТелеСемь | 17 406 200 |
| Тещин язык | 12 882 100 |
| Комсомольская правда (w) | 11 437 400 |
| 777 | 11 232 600 |
| За рулем | 10 734 500 |
| Вокруг света | 9 421 000 |
| Лиза | 8 452 000 |
| Зятек | 8 146 900 |
| 7 Дней | 7 882 000 |
| Московский Комсомолец | 7 631 900 |
| Российская газета | 7 520 200 |
| Cosmopolitan | 7 472 000 |
| Караван историй | 7 282 400 |
| Metro (Daily) | 6 888 900 |

Топ-15 изданий
России по полугодовой
аудитории

По данным Mediascope: NRS-Россия, Декабрь 2017- Апрель 2018

МНОГОКРАТНОСТЬ

ОКОЛО **62%** читателей после первого прочтения **снова возвращаются к номеру**

НАС ЧИТАЮТ
внимательно и сосредоточенно

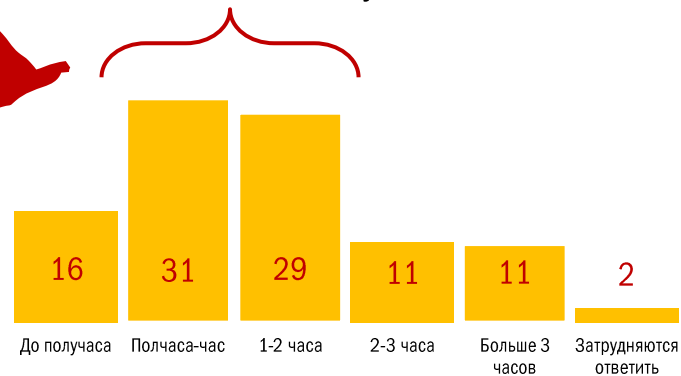
СВЫШЕ **72%** читателей после прочтения **передают издание другим людям**

МУЛЬТИПЛИКАТИВНЫЙ ЭФФЕКТ



ДЛИТЕЛЬНОСТЬ

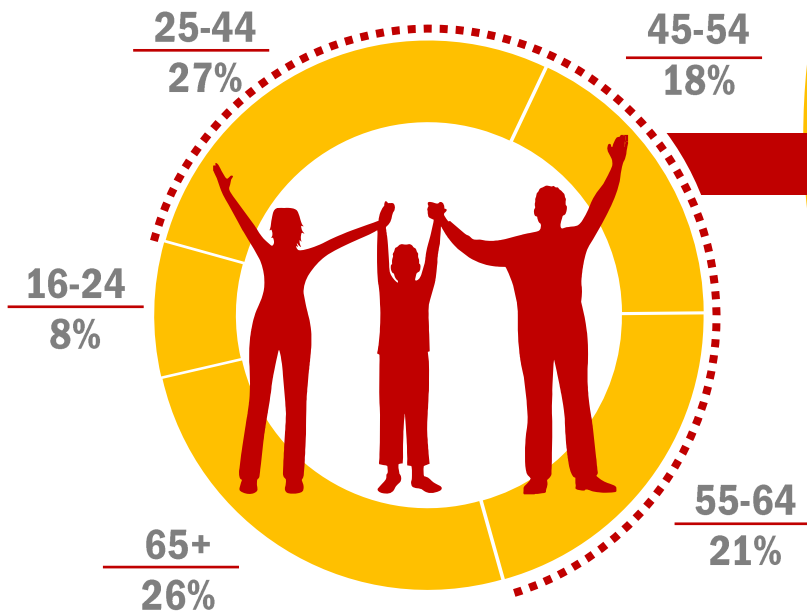
61% читателей тратят на знакомство с новым номером **от получаса до двух часов**



22% читателей отводят на издание **более двух часов**

По данным Mediascope: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, ноябрь 2016. Читатели массовых газет и журналов.

НАШИ ЧИТАТЕЛИ



МУЖЧИНЫ
43%

ЛЮДИ АКТИВНОГО ВОЗРАСТА

И ЖЕНЩИНЫ
57%



По данным Mediascope: NRS-Россия, Декабрь 2018- Апрель 2019

НАШИ ЧИТАТЕЛИ

активно тратят деньги на себя
и близких, в том числе...

| | | |
|---------------------------|-------------------|-----|
| ...на товары для детей | более 20 000 руб. | 120 |
| ...на кафе и рестораны | более 15 000 руб. | 163 |
| ...на подарки | более 10 000 руб. | 149 |
| ...на развлечения и досуг | более 15 000 руб. | 144 |
| ...на салоны красоты | более 15 000 руб. | 128 |

затраты в месяц

Высокообеспеченные

21%

Обеспеченные

39%

Малообеспеченные

10%

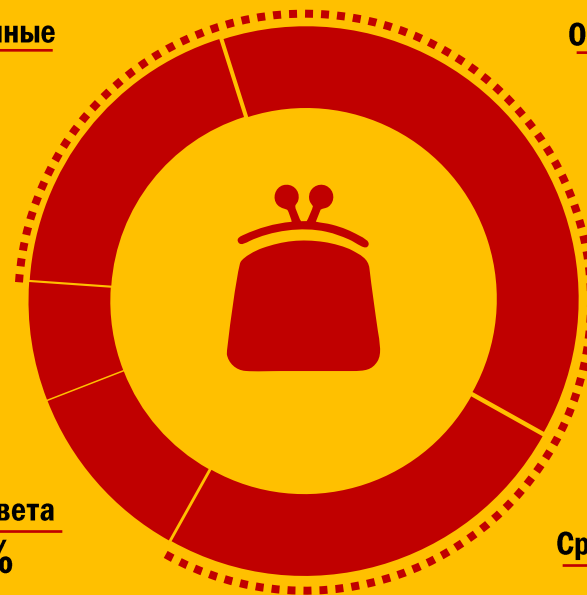
Нет ответа

7%

Средний доход

23%

AFFINITY INDEX



По данным Mediascope: NRS-Россия, Декабрь 2018-Апрель 2019. M'Index-Россия 2019-1

НАШИ ЧИТАТЕЛИ

планируют в ближайшие полгода:

| | |
|---|-----|
| получить бизнес-образование | 118 |
| покупку или продажу дома | 132 |
| ремонт дачи | 111 |
| покупку сноуборда или горных лыж | 124 |
| выбирают марку и модель ноутбука, который намерены приобрести | 128 |



МЫ ПОМОГАЕМ ЛЮДЯМ



**По мнению читателей
массовые издания...**

По данным Mediascope: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, ноябрь 2016.

88
%

...дают практические советы,
полезные в повседневной жизни

73
%

...помогают выбрать товары, услуги
и бренды, узнать уровень цен

72
%

...публикуют информацию, проверенную
редакцией, им можно доверять

54
%

...помогают разобраться в сложных вопросах,
например, медицинских
или финансовых

ТОЛЬКО ПРЕССА

дает полную концентрацию
и вовлеченность аудитории

76% фокусируют внимание на том, что читают,
и не любят отвлекаться на другие дела

61% отводят специальное
время на чтение

56% не любят читать издания в комнате, где работает
телевизор или радио, потому что это отвлекает

**Читатели погружаются в чтение любимого издания,
отводя для этого специальное время, когда их ничто
не отвлекает (если, конечно, это не бесплатная газета)**

По данным Mediascope: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, ноябрь 2016. Читатели массовых газет и журналов.

...когда смотрят телевизор



**ЧЕМ
занимаются
ЕЩЕ...**

(% от опрошенных)

...когда сидят в интернете



**ТВ и Интернет не поглощают все внимание
В ОТЛИЧИЕ ОТ ГАЗЕТ**

По данным Mediascope: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, ноябрь 2016. Читатели массовых газет и журналов.

ОТНОШЕНИЕ К РЕКЛАМЕ

■ В прессе ■ На ТВ ■ В Интернете ■ Наружная реклама ■ На радио



**Реклама
в прессе
вызывает
больше
доверия...**



**...и к тому же
не раздражает**

По данным Mediascope: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, ноябрь 2016. В % от читателей прессы. Сумма по строке больше 100%, т.к. читатели могли дать несколько ответов.

...ИНТЕРЕСУЮТСЯ

69
%

...ищут информацию о бренде,
товаре, услуге в Интернете

53
%

...обсуждают бренд, товар,
услугу с друзьями

46
%

...советуют бренд, товар,
услугу друзьям

После
контакта
с рекламой

В ПРЕССЕ
Читатели...

(% от опрошенных)

...ВДОХНОВЛЯЮТСЯ

57
%

...используют идеи
из рекламы для выбора
подарка близким

...ПОКУПАЮТ

60
%

...ищут бренд,
товар в магазине

55
%

...совершают покупку
товара

По данным Mediascope: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, ноябрь 2016

РЕКЛАМА В ПРЕССЕ РАБОТАЕТ!

МОДЕЛЬ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ ИЗМЕНИЛАСЬ

БЫЛО



Увидел в газете



Заинтересовался



Позвонил

СТАЛО



Увидел в газете



Заинтересовался



Пошел искать информацию в Интернете

МИФ: реклама работает только в Интернете

РЕАЛЬНОСТЬ: пресса создает потребность, мотивирует людей к активному поиску, после этого начинает работать Интернет

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

читатели замечают разные типы рекламы

72%

Рекламные статьи,
мнения экспертов,
обзоры

68%

Упоминание
брендов в статьях

69%

Реклама на весь
разворот

62%

Обычная реклама
на странице

69%

Страницы с более
плотной бумагой

32%

QR-коды
на бумаге

Газеты являются источником
экспертных мнений,
на которые люди ориентируются
в повседневной жизни

**ЭТОТ ФОРМАТ
НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВЕН
ДЛЯ НАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ**

По данным Mediascope: Качество чтения и эффективность рекламы в прессе, ноябрь 2016 (в % от читателей массовых газет и журналов)

#ОНИЧИТАЮТДАЖЕВЫХОДНЫЕДАНИЕ

ФОРМАТЫ



ВОПРОС-ОТВЕТ

традиционный для «АиФ» формат: на вопросы читателя отвечает представитель компании

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

выделенная колонка с мнением эксперта не останется незамеченной, позиционирует компанию как лидера в своей области

РЕКЛАМНЫЙ МОДУЛЬ

традиционный формат прямой рекламы – привлекает внимание читателей яркой подачей, заманчивым текстом (возможно создание макета с нестандартной геометрией – круг, треугольник, вынос и т. д.)

ПРЯМАЯ ЛИНИЯ

представители компании по телефону отвечают на вопросы читателей, самые актуальные ответы печатаются в отчетной статье в газете

СПОНСОРСТВО

брендинг материалов на определенную тематику или посвященных значимым событиям в стране и мире

ИНФОГРАФИКА

иллюстрированный рассказ о преимуществах продукта, его производстве: просто о сложном

КНИЖКА-МАЛЫШКА

4-8 газетных полос складываются в книжку формата А5

ВЫРЕЖИ И СОХРАНИ

верстка материала в виде заметки с линией обреза (возможна печать на обороте обычного рекламного модуля)

КОМИКСЫ

рекламный сюжет, воплощенный в картинках

СОВРЕМЕННАЯ ПЕЧАТЬ

СУПЕРПАНОРАМА

Рекламная площадь до 578x1600 мм.
Это 8 стандартных газетных полос формата А3.

ПЕРФОРАЦИЯ

Нанесение микроотверстий по краю рекламного модуля или его части дает возможность легко отделить необходимую часть – купон на скидку или карту мероприятия.

ГАЗЕТА В ГАЗЕТЕ

Персональный рекламный выпуск
от 4 до 24 полос формата А3

ЗАМЕНА БУМАГИ

Замена части полос на больший размер
дает возможность рекламе «выглянуть» из газеты.
В другом случае для части газетных полос меняется
тип бумаги – на гляцевую или офсетную.

С

М

У

К

СУПЕРОБЛОЖКА

Все прелести глянца при большем газетном тираже.
Единственная возможность разместить
крупную рекламу на первой полосе «АиФ».

ПРИКЛЕЙКА

Стикер различной формы, пробник –
в любое место газеты

ЗАПАХИ

Внушительная библиотека ароматизированных красок –
фруктовые, цветочные, древесные и т. д.

НЕОБЫЧНЫЕ КРАСКИ

Использование металлизированных, флуоресцентных, фосфорных
и т. п. красок. Реклама однозначно не останется незамеченной.

ВЛОЖЕНИЯ

Использование газеты как лучшего попутчика для доставки
практически любых рекламных материалов читателю
(буклет, листовка, пробник). Возможно целлофанирование.

ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ

ГЛАВНОЕ

В рубрике дается всестороннее исследование самых актуальных тем общественной повестки дня. Читатель может узнать о деталях и подоплеке событий, всколыхнувших информационное пространство, услышать мнение экспертов.

АФ ВАШЕ ЗДОРОВЬЕ

О различных заболеваниях и методах их лечения, о здоровом питании и образе жизни, о новинках в медицине и фармакологии, мнения экспертов и советы практикующих врачей. Здоровье и семья для наших читателей – основополагающие ценности, поэтому статьи раздела обычно самые рейтинговые.

АФ ДЕЛОВАЯ СРЕДА

Доступное пособие для читателей: анализ экономической и финансовой ситуации, ответы на вопросы, связанные с личными сбережениями, освещение бизнес-процессов в различных сферах, успешные истории и интервью с людьми своего дела.

АФ СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ

Все о том, как с интересом провести свободное время. Театр, кино, эстрада, спорт, сериалы и другие телепроекты, интервью со звездами и неординарными людьми, события светской жизни. Включает кроссворды, страницы истории, статьи о технологиях, рубрику «Полезный выбор».

АФ ТВ+АФИША

Сетка с программой телепередач занимает центральный раздел «АиФ», который вынимается из номера и используется как самостоятельная тетрадка у телевизора.

«АИФ» В РЕГИОНАХ

Вкладка в федеральный «АиФ» с актуальными местными новостями, адаптированной под местный эфир ТВ-программой. Над ее созданием трудятся на местах отдельные региональные редакции.

58% читателей
«Аргументов и фактов»
не читают прочие
еженедельные газеты

60% читателей
«Аргументов
и фактов» не читают
телегиды

83% читателей
«Аргументов
и фактов» не читают
деловые издания



**Более 50% аудитории «АиФ»
является эксклюзивной**

Ее нельзя достичь через другие
газеты, телегиды, деловые издания

По данным Mediascope: NRS-Россия. Декабрь 2017- Апрель 2018

КРОССПЛАТФОРМЕННЫЙ ОХВАТ

ГАЗЕТЫ



Аргументы и Факты



АиФ Без границ



АиФ На даче



АиФ Здоровье

8 030 500
суммарная аудитория
за неделю

40 677 300
суммарная аудитория за полгода

12 937 400
суммарная аудитория
за месяц

ГЛЯНЕЦ И ИНТЕРНЕТ



ПРО Кухню



ПРО Здоровье

**Журналы выпускаются
в цифровом и печатном виде**

**АРГУМЕНТЫ
И ФАКТЫ AIF.RU**

Интернет-портал
www.aif.ru



Буклет + Интернет-портал
«Открывая Москву»

www.2go2city.ru

ГАЗЕТА «АиФ»

- Формат издания: А3
- Периодичность выхода: 1 раз в неделю
- День выхода: среда
- Первый выпуск: 1978 г.
- География выхода: Россия, страны СНГ, Европа, Австралия, США, Турция, ОАЭ, Таиланд
- Рекорды: в 1990 г. тираж «АиФ» (34,4 млн экз.) был внесен в Книгу рекордов Гиннеса, рекорд не побит до сих пор

КАК НАКАЗАТЬ РАБОТОДАТЕЛЯ ЗА ЗАДЕРЖКУ ЗАРПЛАТЫ с. 16

МИХАИЛ ПОРЕЧЕНКОВ: ТЕРПЕНИЕ РУССКИХ НЕ БЕЗГРАНИЧНО с. 35

АКТУАЛЬНО
УГОДИЛИ В СЕТИ
Проживёт ли Россия без мирового Интернета с. 9

СТОЛИЦА
ОСТАНОВКИ ПО ТРЕБОВАНИЮ
В Москве открываются новые станции метро с. 4

ВЛАСТЬ
ЖИЗНЬ ПОСЛЕ ОТСТАВКИ
Фермеры, эмигранты, арестанты - чем занимаются бывшие губернаторы с. 11

ЗДОРОВЬЕ
ТАЙНА ДОЛГОЛЕТИЯ
Можно ли отодвинуть возрастные болезни и продлить жизнь с. 32

ЗАРУБЕЖЬЕ
РЕВОЛЮЦИЯ ИЛИ КАПИТАЛИЗМ
Что ждет Кубу после смерти Фиделя Кастро с. 38

ПОТРЕБИТЕЛЬ
ОТПУСКНАЯ ЦЕНА
Как вполнину сократить траты на отдых с. 44

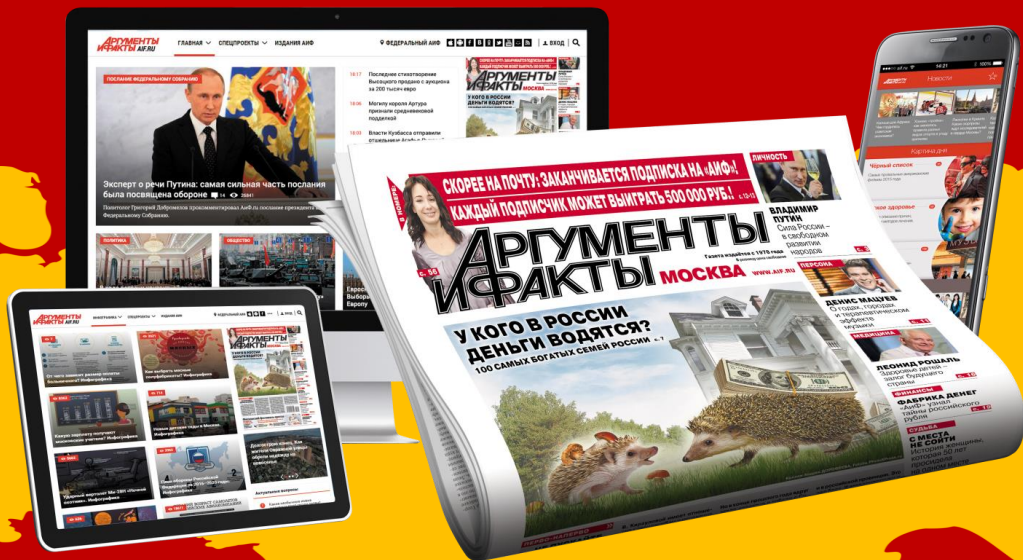
СУДЬБЫ
НИЩЕТА ИЛИ АФЕРА
Истории двух гимнасток, чьи доходы осуждают больше, чем победы с. 47

ГДЕ В РОССИИ ЖИТЬ ХОРОШО с. 8

АиФ Дорогие читатели! Вы можете оформить и оплатить **подписку НА ВСЕ ИЗДАНИЯ ИД «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»** на сайте **aif.ru/podpiska**

ISSN 1028-0470 1 2012
9 770204 047002

ВАША РЕКЛАМА в любом формате, в любом месте



+7 (495) 646-5755, 783-8357 / advert@aif.ru / sales.aif.ru