



ХЛЕБ*СОЛЬ

КУЛИНАРНЫЙ ЖУРНАЛ С ЮЛИЕЙ ВЫСОЦКОЙ

Е.да
без труда!

МЕДИАКИТ 2011





**ВЫХОД ПЕРВОГО
НОМЕРА:**

20 октября 2009 г.

ПЕРИОДИЧНОСТЬ:

ежемесячно

ОБЪЕМ:

от 116 полос

**РЕКОМЕНДОВАННАЯ
РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА:**

от 120 руб.

ТИРАЖ:

180 000 экз.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ:

города России
с населением от
500 тыс. человек

ИЗДАТЕЛИ:

Издательство «ЭКСМО»
и «Продюсерский
Центр Андрея
Кончаловского»

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:

Юлия Высоцкая

Юлия Высоцкая – лучший кулинарный автор России

- * Самый популярный кулинарный автор России, продано более 1,5 млн кулинарных книг
- * «Едим Дома» (НТВ) – высоко рейтинговая кулинарная телепрограмма
- * Юлия Высоцкая – популярная актриса театра и кино
- * Замужем за режиссером Андреем Кончаловским, воспитывает двоих детей

Издательство «ЭКСМО»:

«ЭКСМО» по праву называют универсальным издательством № 1 в России и СНГ: 12 000 наименований книг в год общим тиражом более 93 000 000 экземпляров, издательский портфель из 10 000 авторов, а также крупнейшая книготорговая сеть. Выпуск журнала «Хлеб-Соль» – первый шаг «ЭКСМО» на рынке глянцевого изданий. Это органичное и рациональное решение, позволяющее представить уникальную медиаплатформу, которая состоит из кулинарной социальной сети №1 в Рунете koolinar.ru, книг и, собственно, женского кулинарного журнала.

**«Продюсерский Центр Андрея
Кончаловского»:**

«Продюсерский Центр Андрея Кончаловского» был основан в 2003 году и с тех пор занимает одно из ключевых мест в российском теле- и шоу-бизнесе. Основной профиль компании – реализация и поддержка социальных и развлекательных проектов. Идеальный вдохновитель Центра – Андрей Кончаловский – культовая фигура российского и мирового кинематографа. Деятельность компании весьма разнообразна: театральные постановки в России и Европе, организация массовых зрелищных мероприятий государственного уровня, съемки музыкальных видеоклипов (в частности, для призера «Евровидения» Димы Билана), выпуск DVD-продукции, издательская деятельность и многое другое. По заказу компании НТВ на экраны вышла телепрограмма «Едим Дома!», ставшая в 2007 году лауреатом премии «ТЭФИ».

**ФИЛОСОФИЯ
ЖУРНАЛА**

АУДИТОРИЯ

МАРКЕТИНГ

СЕЗОННЫЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ

КУХНЯ
ХЛЕБСОЛЬ

ТЕХНИЧЕСКИЕ
ТРЕБОВАНИЯ

КОНТАКТЫ



Почему аудитория выбирает «ХлебСоль»

- * Авторские рецепты Юлии Высоцкой.
- * Эксклюзивные интервью известных персон с Юлией Высоцкой.
- * Кулинарные Тренды.
- * С журналом «ХлебСоль» готовить легко и просто
- * Каждый рецепт тестируется на редакционной кухне
- * Специальное детское меню, рецепты красоты и здорового питания



Мы знаем, что наши читательницы не стоят сутками у плиты. Поэтому не пропагандируем дорогие гастрономические редкости. Большинство рецептов журнала создано из тех ингредиентов, которые всегда под рукой, и их запас легко пополнить в любом супермаркете. Мы думаем о таких же, как мы сами, молодых женщинах, которые активно работают, воспитывают детей, у которых масса увлечений, для которых еда – творческий процесс и настоящее удовольствие.

В качестве экспертов мы привлекли профессиональных шеф-поваров и просто любителей. Мы постарались продумать рецепты так, чтобы недостающие ингредиенты было легко заменить на те, что есть. Стремимся предложить идеи ужинов, обедов или вечеринок, чтобы вы могли дополнить и скомбинировать блюда из разных рубрик на свое усмотрение. Выбирали простые решения. И последнее: мы придумали четкую наглядную навигацию по журналу и каждому рецепту, чтобы, открывая любую страницу, вам все было ясно: как готовить, что класть и где сколько калорий.

ОБЩАЯ
ИНФОРМАЦИЯ

МЕДИА-
ПЛАТФОРМА

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ЖУРНАЛА

СТРУКТУРА
ЖУРНАЛА

РЕКЛАМНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ

РЕКЛАМНЫЕ
РАСЦЕНКИ

ГРАФИК
ВЫХОДА

МЕДИА-ПЛАТФОРМА

позволяет использовать четыре канала достижения и воздействия на целевую аудиторию.

Журнал ХЛЕБСОЛЬ

средний контакт

Журнал «ХлебСоль» с Юлией Высоцкой: кулинарное издание, в котором можно найти рецепты простых и вкусных блюд, интервью с известными людьми, а также советы о том, как создать дома свой уникальный и теплый мир.

Кухня ХЛЕБСОЛЬ

«живой контакт»

Кухня «ХлебСоль» - это место встречи с интересными людьми и новыми кулинарными впечатлениями, обмена опытом и просто уголок для хорошего времяпрепровождения. Кухня совместит в себе и место для приготовления пиццы, и фотостудию, и место для общения.

ИНТЕРНЕТ

моментальный контакт

BREADSALT.RU - он-лайн версия журнала «ХлебСоль». Здесь можно узнать тайны редакции в фотоотчетах, подписаться на журнал «ХлебСоль», уточнить где ближайшая точка продаж **KOOLINAR.RU** - Социальная сеть № 1 в Рунете: более 1700 000 уникальных пользователей в месяц

Книги ЭКСМО

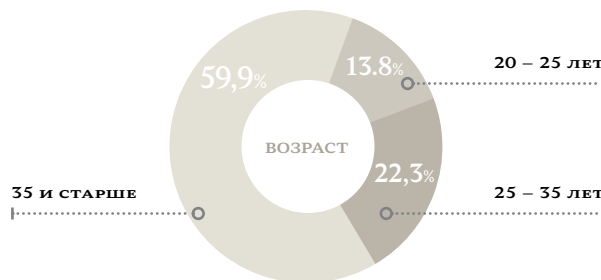
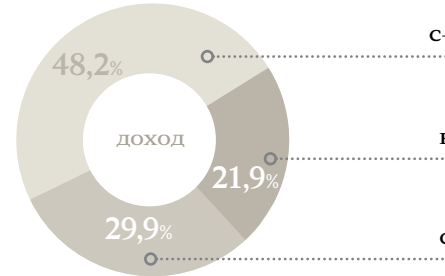
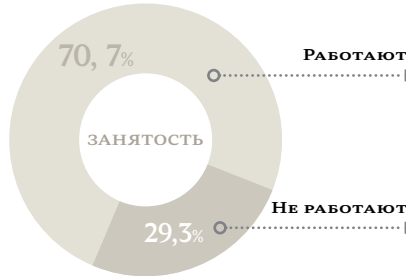
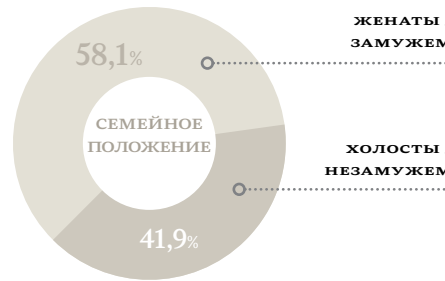
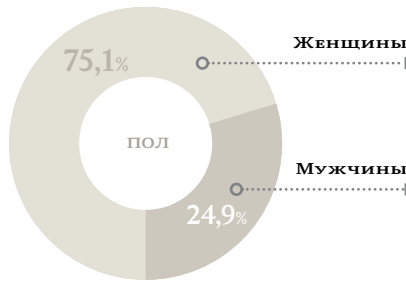
долгосрочный контакт

Издательство «Эксмо» занимает лидирующие позиции на рынке кулинарии – доля издательства в кулинарных книгах составляет 70% российского рынка. «Эксмо» издает кулинарные книги таких известных авторов как Юлия Высоцкая, Александр Селезнев, Лариса Рубальская, Андрей Макаревич, Дарья Донцова, Делия Смит, Рейчел Аллен и др.



Аудитория журнала «ХлебСоль» –

молодые активные женщины от 25 до 45 лет, жительницы городов, которые с удовольствием готовят для родных и близких.



20-25 лет:

Молодая женщина с активной жизненной позицией, менеджер среднего звена в крупной компании. Обожает развлечения: кино, концерты, театр, – много путешествует. Продукты покупает преимущественно в больших супермаркетах. На каждый день выбирает простые и понятные рецепты. В арсенале – блендер и блинница. **Кулинар-любитель.**

25-35 лет:

Молодая мама, воспитывает детей, самостоятельна и успешна, живет в собственной квартире. Путешествует, по выходным иногда выбирается с семьей в ресторан, однако предпочитает воскресные семейные обеды со старшим поколением. Занимается спортом и следит за собой. Любит свой дом и постоянно в нем что-то усовершенствует. Делает покупки в супермаркетах раз в неделю, за свежими продуктами заходит в магазин рядом с домом или на рынок. Разбирается в кулинарии и с удовольствием готовит, интересуется неожиданными рецептами, часто пробует что-то новое. В арсенале – сковорода-вок. **Кулинар со стажем.**

35-45 лет:

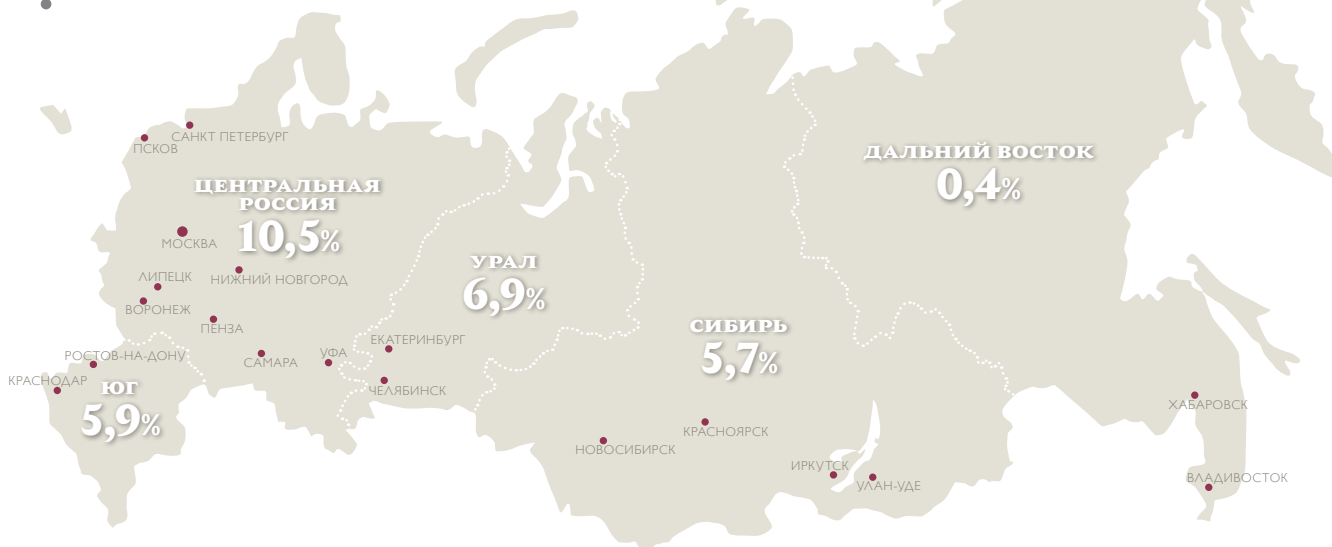
Опытный специалист. Активная и успешная, руководит людьми, часто в разъездах, откуда обязательно привозит что-нибудь для дома. Вместе с мужем ходит в театр на громкие премьеры. Посещает фитнес-клуб. В поисках интересных кулинарных новинок или специальных продуктов для праздников и застолий заезжает в «Глобус Гурме» и «Азбуку Вкуса». Любит и разбирается в разных кухнях мира, умеет пользоваться специями, на кухне чувствует себя очень уверенно. Прекрасно готовит сложные блюда, способна сама придумать рецепт, в журнале ищет что-нибудь особенное и, главное, оригинальное. Сама печет хлеб. **Опытный кулинар.**

* по данным опросов журнала «ХлебСоль»



РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЖУРНАЛА

Журнал «ХлебСоль» можно купить в супермаркетах, гипермаркетах, АЗС, торговых центрах, сетевых книжных магазинах, аэропортах и киосковых розничных сетях.



МОСКВА - 53,6%

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ - 15,2%

Также можно подписаться на журнал «ХлебСоль», заполнивши подписной купон журнале, на сайте breadsalt.ru или на ozon.ru, электронная версия журнала доступна на сайте zinio.com.

Основные точки продаж:

Гипермаркеты	АШАН, МЕТРО, РЕАЛ и др.
Супермаркеты	Окей, Азбука Вкуса, Алые паруса, Глобус Гурмэ, Седьмой континент, Перекресток, Бахетле, Виктория, Гиперглобус, Магнит и др.
АЗС	BP, Shell и др.
Торговые Центры	Крокус, ТЦ Мега, СТОКМАНН, Мегацентр Италия и др.
Сетевые книжные магазины	ТД Книги «Москва», ДК «Молодая гвардия, Московский Дом книги, Буквоед и др.
Аэропорты	Домодедово, Шереметьево, Внуково и др.
Киосковые розничные сети	Метропресс Москва, Метропресс СПб, Питерпресса, ОАО Агентство Роспечать, Союзпечать СПб, DM Distribution, Сегодня-Пресс Воронеж, Пресса Поволжья, ГК Кардос и др.

Продвижение журнала

Журнал «ХлебСоль» активно использует как традиционные, так и нестандартные инструменты и носители



Наружная реклама



Акции в супермаркетах



Продвижение в ресторанных сетях



Мастер-классы с партнерами



Совместные акции с ресторанами



Открытые мероприятия



Телемаркетинг



Спецпроекты



Оригинальные рекламные концепции

ОБЩАЯ
ИНФОРМАЦИЯ

МЕДИА-
ПЛАТФОРМА

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ЖУРНАЛА

**СТРУКТУРА
ЖУРНАЛА**

РЕКЛАМНЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ

РЕКЛАМНЫЕ
РАСЦЕНКИ

ГРАФИК
ВЫХОДА

РЕЦЕПТЫ БЫСТРЫХ БЛЮД



КРАСОТА



СЕКЦИИ:

Сезон (*тренды*)

Casual (*повседневная жизнь*)

Weekend (*выходные, путеше
ствия, отпуск,
красота*)

РУБРИКИ:

Рецепты звезд

Меню на неделю
от Юлии Высоцкой
(Отрывной патворк внутри
журнала: «книга рецептов от
Юлии Высоцкой» за 12 месяцев)

Диеты

Воскресный обед

Вечеринки

Красота

Путешествие

**МИНИМУМ 50 РЕЦЕПТОВ
И 120 РЕШЕНИЙ
В КАЖДОМ НОМЕРЕ**



СТРУКТУРА
ЖУРНАЛА

ДИЗАЙН, ИНТЕРЬЕР, ДОМ



ПУТЕШЕСТВИЯ



ФИЛОСОФИЯ
ЖУРНАЛА

АУДИТОРИЯ

МАРКЕТИНГ

СЕЗОННЫЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ

КУХНЯ
ХЛЕБСОЛЬ

ТЕХНИЧЕСКИЕ
ТРЕБОВАНИЯ

КОНТАКТЫ

**«ХЛЕБСОЛЬ»
СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «ВЕСНА»**

Выход: апрель 2011 года

Количество страниц: 48-64

Распространение: вместе с журналом на весь тираж номера

ТЕМЫ НОМЕРА:

- * Календарь самых интересных российских и мировых событий сезона (гастрономические фестивали, ярмарки, фуд-шоу) и важных дел сезона
- * Спецобзор, посвященный первой зелени
- * Большой блок весенних рецептов (сезонные ингредиенты, легкие и полезные)
- * Спецсекция по похудению (с приглашенной звездой и известным диетологом)
- * Рубрика «Традиция»



**«ХЛЕБСОЛЬ»
СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ
«МУЖСКОЙ НОМЕР»**

Выход: октябрь 2011 года

Количество страниц: 48-64

Распространение: вместе с журналом на весь тираж номера

ТЕМЫ НОМЕРА:

- * Календарь самых интересных российских и мировых событий сезона (гастрономические фестивали, ярмарки, фуд-шоу) и важных дел сезона («Октоберфест», Хеллоуин и прочие мужские радости)
- * Спецобзор, посвященный мясу
- * Большой блок «мужских» рецептов блюд (плов, шашлыки, уха и многое другое) и напитков (трог, пунш, глинтвейн и т.д.)
- * Спецсекция, посвященная «мужским» занятиям (охота, рыбалка, кулинария, грибная охота, алкоголь и другое)
- * Рубрика «Традиция»



**«ХЛЕБСОЛЬ» СПЕЦИАЛЬНОЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ «СЕМЕЙНЫЙ НОМЕР»**

Выход: декабрь 2011 года

Количество страниц: 48-64

Распространение: вместе с журналом на весь тираж номера

ТЕМЫ НОМЕРА:

- * Календарь самых интересных российских и мировых событий сезона (гастрономические фестивали, ярмарки, фуд-шоу) и важных дел сезона
- * Спецобзор, посвященный значению семейных обедов в жизни семьи и традициям, связанных с ними
- * Большой блок семейных рецептов (варианты семейных обедов)
- * Спецсекция, посвященная правилам сервировки и этикету
- * Рубрика «Традиция»



СОВМЕСТНЫЕ ПРОЕКТЫ:



Панка для патворков –
с Carte Noire



Специальная новогодняя
коллекция «Хлеб*Соль
2010» - с ICook



«Хлеб*Соль» и 3М – реклама на ТВ,
в сети Интернет, на страницах
издания, экстендер

А ТАКЖЕ:



Авторские рубрики Юлии
Высоцкой – размещение
специального проекта на патворке



Мероприятия в крупных
супермаркетах



Сувенирная продукция
«Хлеб*Соль»



Спонсорство мастер-классов
на кухне «Хлеб*Соль»



вложения промо-продукции и семплов в журнал «Хлеб*Соль»



Подарок
за подписку



Специальный проект –
«Подписка в подарок»

ФИЛОСОФИЯ
ЖУРНАЛА

АУДИТОРИЯ

МАРКЕТИНГ

СЕЗОННЫЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ

**КУХНЯ
ХЛЕБСОЛЬ**

ТЕХНИЧЕСКИЕ
ТРЕБОВАНИЯ

КОНТАКТЫ

Кухня «ХлебСоль»:

место встречи с интересными людьми, новыми кулинарными впечатлениями, обмена опытом и просто уголок для хорошего времяпрепровождения.

Кухня совмещает в себе и место для приготовления пищи, и фотостудию, и уголок для общения.

На кухне «ХлебСоль» проводятся:

- * теплые встречи с кулинарными авторами
- * мастер-классы с известными поварами по разным кулинарным направлениям
- * веселые соревнования по приготовлению блюд
- * тимбилдинги и семейные праздники, где каждый сможет освоить кулинарные премудрости под руководством профессиональных шеф-поваров, научиться легким решениям в приготовлении пищи, а потом насладиться собственными шедеврами и комплиментом от мастеров



**КРЕАТИВНАЯ КОМАНДА
«ХЛЕБСОЛЬ» ПОМОЖЕТ
РЕАЛИЗОВАТЬ САМЫЕ
ИНТЕРЕСНЫЕ ИДЕИ!**



Цены на размещение в журнале «ХЛЕБ*СОЛЬ» / 2011 г.

РАЗМЕР	Стоимость, руб.
1/1 полосы	400 000
1/2 полосы	260 000
1/3 полосы	165 000
Страница в первой трети	480 000
Разворот	560 000
1-й разворот	880 000
Письмо редактора	500 000
3-я обложка	500 000
4-я обложка	800 000

Наценка за позиционирование – 10%.
Цены указаны без учета НДС (18%).
Стоимость спецпроектов, вкладок, вклеек
и саше рассчитывается дополнительно.

Цены на размещение в приложениях / 2011 г.

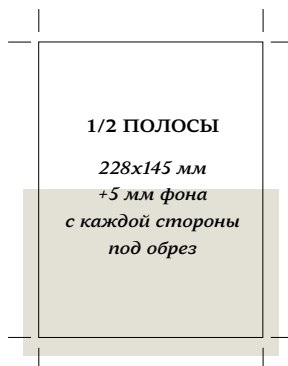
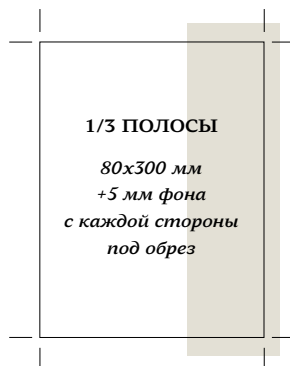
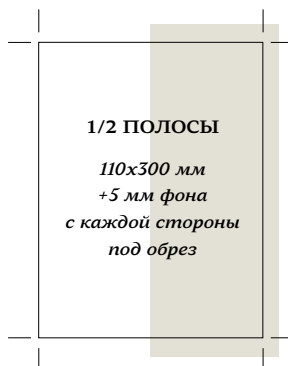
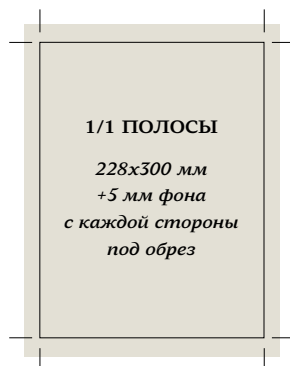
РАЗМЕР	Стоимость, руб.
1/1 полосы	250 000
1/2 полосы	162 500
2/1 полосы	350 000
1-й разворот	550 000
3-я обложка	320 000
4-я обложка	500 000

Наценка за позиционирование 10%.
Цены указаны без учета НДС (18%).



ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ:

- * Формат полосы - 228x300 мм
- * Формат полосы вклейки - 210x280 мм
(перфорация - на расстоянии 20 мм от корешка)



ТИПЫ ФАЙЛОВ, ПРИНИМАЕМЫХ В ПРОИЗВОДСТВО:

1. Adobe Illustrator (EPS), со шрифтами, переведенными в кривые и встроенными (embedded) изображениями.
2. Adobe Photoshop в формате TIFF 300 dpi CMYK.

К ОБРЕЗНОМУ ФОРМАТУ НЕОБХОДИМО ДОБАВЛЯТЬ ПО 5 ММ ФОНА С КАЖДОЙ СТОРОНЫ ПОЛОСЫ ПОД ОБРЕЗ, А ВСЕ ЗНАЧИМЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ, НАХОДЯЩИЕСЯ ВНУТРИ ПОЛОСЫ, ДОЛЖНЫ РАСПОЛАГАТЬСЯ НА РАССТОЯНИИ НЕ МЕНЕЕ 5 ММ ОТ ОБРЕЗНОГО ФОРМАТА.

К файлам должны быть приложены: подписанная распечатка и утвержденная цветопроба. В случае отсутствия цветопробы претензии по цвету не принимаются.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ:

Каждый рекламный макет должен содержать пометку: «Реклама» или «На правах рекламы». Надпись размещается видимым и читаемым шрифтом в любом месте макета. В случае отсутствия вышеуказанной фразы редакция оставляет за собой право включить надпись без согласования с рекламодателем ее вида и места размещения.

Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее 10% рекламной площади (пространства).

На рекламе товаров, подлежащих сертификации, должна стоять надпись «Товар сертифицирован».

Типы электронных носителей, принимаемых в производство:

1. Компакт-диски CD-R, CD-RW, DVD-R, DVD-RW.
2. Устройства USB.
3. Для передачи файлов можно использовать наш FTP-сервер (файлы в обязательном порядке должны быть заархивированы zip- или sit-архивом).

Более подробные технические требования и доступ на ftp-сервер
вам может предоставить менеджер по производству Елена Носуленко,
Nosulenko.EV@eksmo.ru, тел. +7(495) 411 6886, доб. 2135.



График выхода в 2011 году

НОМЕР	ТЕМА НОМЕРА	ПОДТВЕРЖДЕНИЕ РЕКЛАМНОГО МЕСТА	ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОГО МАКЕТА	В ПРОДАЖЕ
Январь'11	РОЖДЕСТВО, СТАРЫЙ НОВЫЙ ГОД, ЗИМНИЕ КАНИКУЛЫ	23 ноября	3 декабря	24 декабря
Февраль'11	РОМАНТИКА (со специальными секциями по шоколаду и блинам)	7 декабря	17 декабря	14 января
Март'11	ВЕСНА (красота, 8 марта, весеннее обновление)	18 января	28 января	18 февраля
Апрель'11	ПАСХА	22 февраля	4 марта	25 марта
Апрель'11	Специальное сезонное приложение к журналу «ВЕСНА»	22 февраля	4 марта	25 марта
Май'11	ПУТЕШЕСТВИЯ (короткие гастрономические путешествия по России - новые места и новое прочтение знакомых мест)	22 марта	1 апреля	22 апреля
Июнь'11	ПИКНИКИ И ШАШЛЫКИ	18 апреля	28 апреля	21 мая
Июнь'11	Специальное сезонное приложение к журналу «ДЕТИ»	18 апреля	28 апреля	21 мая
Июль'11	ЛЕГКИЕ БЛЮДА И РАЗВЛЕЧЕНИЯ ЛЕТА	17 мая	27 мая	17 июня
Август'11	УРОЖАЙ	21 июня	1 июля	22 июля
Сентябрь'11	ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ И КУЛИНАРНЫЕ ТРЕНДЫ СЕЗОНА (со специальной секцией, посвященной детям)	19 июля	29 июля	19 августа
Октябрь'11	ЗАГОТОВКИ	23 августа	2 сентября	23 сентября
Октябрь'11	Специальное сезонное приложение к журналу «МУЖСКОЙ НОМЕР»	23 августа	2 сентября	23 сентября
Ноябрь'11	РЕСТОРАННЫЙ НОМЕР	20 сентября	30 сентября	21 октября
Декабрь'11	НОВЫЙ ГОД	18 октября	28 октября	18 ноября
Декабрь'11	Специальное сезонное приложение к журналу «СЕМЕЙНЫЙ НОМЕР»	18 октября	28 октября	18 ноября

ФИЛОСОФИЯ
ЖУРНАЛА

АУДИТОРИЯ

МАРКЕТИНГ

СЕЗОННЫЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ

КУХНЯ
ХЛЕБСОЛЬ

ТЕХНИЧЕСКИЕ
ТРЕБОВАНИЯ

КОНТАКТЫ



РЕДАКЦИОННЫЙ ДИРЕКТОР/
Людмила Никитина
Nikitina.LK@eksmo.ru

ИЗДАТЕЛЬ/
Юлия Соколовская
Sokolovskaya.YI@eksmo.ru

АССИСТЕНТ РЕДАКЦИИ/
Анастасия Комарова
Komarova.AA@eksmo.ru

ДИРЕКТОР ПО РЕКЛАМЕ/
Елена Шамогья
Shamugia.EV@eksmo.ru

МЕНЕДЖЕРЫ ПО РЕКЛАМЕ/
Светлана Ефименко
Efimenko.SV@eksmo.ru
Мария Коноплева
Konopleva.MB@eksmo.ru
Анна Худякова
Hudyakova.AE@eksmo.ru

РУКОВОДИТЕЛЬ ГРУППЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ/
Вадим Шкурин
Shkurin.VA@eksmo.ru

БРЕНД-МЕНЕДЖЕР/
Татьяна Желтоногова
zheltonogova.ts@eksmo.ru

МЕНЕДЖЕР ПО МАРКЕТИНГОВЫМ КОММУНИКАЦИЯМ/
Мария Семенова
Semenova.ms@eksmo.ru

МЕНЕДЖЕР ПО ПРОИЗВОДСТВУ/
Елена Носуленко
Nosulenko.EV@eksmo.ru

ХЛЕБ*СОЛЬ

Москва, ул. Клары Цеткин, 18, стр. 5
тел. +7 (495) 733 9789, +7 (495) 411 6886
www.eksmo.ru



ХЛЕБ•СОЛЬ

КУЛИНАРНЫЙ ЖУРНАЛ С ЮЛИЕЙ ВЫСОЦКОЙ