

«Я помню, как из почтовых ящиков пропадали газеты. И если пропал номер «Аргументов и фактов», это рассматривалось, как огромная утрата. С тех пор много воды утекло, но «АиФ» и сейчас является самым популярным еженедельником страны».

**Дмитрий Медведев**, Президент России

«Без Издательского дома «АиФ», без «Аргументов и фактов» трудно, да просто невозможно представить себе информационное поле России. «Аргументы и факты» пришли на него 30 лет назад, утвердились и, надеюсь, останутся навсегда».

**Владимир Путин**, премьер-министр России

«АиФ» — по-настоящему народная газета, которая любит и уважает своего читателя. В этом и заключается секрет её долголетия и грандиозного тиража».

**Леонид Рошаль**, врач мира, детский хирург

«АиФ» сегодня можно найти везде — и в греческих Афинах, и в немецком Мюнхене, и в литовском Тракае.

Широта тематики газеты привлекает миллионы читателей всех широт!»

**Майя Плисецкая**, балерина

«На страницах «АиФ» можно пообщаться практически со всей Россией одновременно, это уникальная возможность. Изложенная нами информация мгновенно попадает туда, куда нужно, — в гущу людей!»

**Татьяна Голикова**, министр здравоохранения и социального развития РФ

«Чиновникам и политикам нужно прописать «Аргументы и факты», как обязательное лекарство, чтобы они не забывали, какие факты россияне интересуют и каким аргументам они склонны верить».

**Сергей Миронов**, спикер Совета Федерации

«В наше корректное время, когда всё на свете стремятся заглядывать, «АиФ» предпочитает называть вещи своими именами и привлекает своей правдивостью десятки миллионов людей».

**Михаил Веллер**, писатель

«АиФ» — самая смелая газета в России. Иногда читаешь ту или иную статью и думаешь: сейчас ведь возьмут и угрохают за такую правду-матку! Но, к счастью, всё проходит нормально: ведь журналисты газеты все самые сенсационные факты подкрепляют максимально надёжными цифрами и документами».

**Анатолий Приставкин**, писатель

«Аргументы и факты» — это самая большая семья в России, собравшая вокруг себя нереальное количество людей. У каждого читателя появляется возможность ощутить себя членом «семьи 1».

**Аскольд и Эдгард Запашные**, дрессировщики

«Главное отличие «АиФ» от других изданий — это то, что газета уважает себя и читателя и не позволяет опускаться до грязи и желтизны. «Аргументы и факты» не стыдно, а, наоборот, полезно давать почитать детям и внукам».

**Надежда Бабкина**, певица

«Я сам ищу и разгадываю непознанное всю свою жизнь — начиная с поисков Тунгусского метеорита и заканчивая тайнами космоса. И в научных, и исследовательских материалах «АиФ» всегда нахожу много новых и необычных фактов, эта газета для тех, кто не разучился удивляться жизни».

**Георгий Гречко**, космонавт

«Газета всегда открыта к дискуссии и готова выслушать мнение любой стороны. При этом в любой ситуации журналисты на стороне простого человека — именно поэтому газете не просто доверяют, её любят миллионы людей».

**Виталий Мутко**, министр спорта, туризма и молодёжной политики

«Именно на страницах «АиФ» наша программа была названа «русской народной передачей». Нам это так понравилось, что мы не просто восхитились, а позаимствовали у любимой газеты находку, теперь мы так и называемся — русская народная передача «Городок». «АиФ» всегда творчески помогает — причём в самый нужный момент!»

**Юрий Стоянов**, актёр

**АРГУМЕНТЫ  
И ФАКТЫ** ИЗДАТЕЛЬСКИЙ  
ДОМ

# ГОЛОС ВЕЛИКОЙ СТРАНЫ



# Читатель — наша основная ценность

## Слово главного редактора



Не будет преувеличением сказать, что аудитория «Аргументов и фактов» уникальна. Во-первых, она самая большая среди содержательных газет — более 7 млн. человек читают каждый номер, а это 13% от всего взрослого населения России. Во-вторых, эта аудитория качественная, что далеко не всегда характерно для по-настоящему массовых газет. Согласно маркетинговым исследованиям основная часть наших читателей — образованные люди, руководители и специалисты с высоким и средним уровнем дохода. Работая для такой аудитории, постоянно проводя опросы и прислушиваясь к её мнению, мы не можем позволить себе выпускать некачественную газету. Получается, что высокую планку нам задают сами читатели.

И они — наша основная ценность.

*Николай Зятьков,  
главный редактор «АиФ»*

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'N. Zatykov'.



# «Аргументы и факты»

## Как еженедельник стал издательским домом

Первый номер «пропагандистского» ежемесячника под названием «Аргументы и факты» был выпущен в 1978 году. Издание расходилось по «закрытой» подписке, однако эта закрытость с самого начала стала весьма условной: благодаря уникальной концепции издания аудитория бюллетеня оказалась куда больше, чем количество подписчиков. Ежемесячник превратился в еженедельник, подписка стала свободной, тиражи невероятно выросли, однако не хватало и их. Свежие номера передавали из рук в руки.

С 1978 по 1980 год листы в «АиФ» скреплялись, что стало настоящей проблемой для типографий Советского Союза. Неуклонное увеличение тиража привело к тому, что едва ли не каждый новый выпуск «застревал» на стадии брошюрования. По самой невероятной причине: в типографиях заканчивались скрепки. Для миллионов читателей «АиФ» является зеркалом, отражающим изменяющийся мир: человек получает не просто информацию, но инструмент для понимания сути происходящего. Взвешенная и объективная подача материала помогает

принимать адекватные решения, способствует поддержанию и повышению уровня жизни. Внимательный читатель «АиФ» с полным правом может считать себя компетентным в вопросах общественной жизни, в политических и экономических процессах, в межличностных отношениях. Нам удалось создать уникальный по уровню читательского доверия бренд, за тридцать лет пройти тот путь, на который европейской прессе понадобился целый век. Читатели Англии доверяют «Таймс». Читатели России доверяют «АиФ».

***«АиФ» читают в шестидесяти странах на пяти континентах. «АиФ» сегодня — это 66 российских и 16 зарубежных редакций.***

***В 1990 году, через десять лет после перехода «АиФ» на газетный формат, тираж еженедельника составил 34,4 миллиона экземпляров. Книга рекордов Гиннеса признала это мировым рекордом. Не побит он и до сих пор.***

***Сегодня Издательский дом «Аргументы и факты» объединяет:***

Еженедельную газету, аудитория каждого выпуска которой свыше 7,5 миллиона россиян.

Международные выпуски «АиФ» (страны СНГ, Европа, Австралия, Америка).

Тематические приложения «АиФ. На даче», «АиФ. Здоровье», «АиФ без границ»

Журналы «ПРО Кухню» и «ПРО Здоровье»

Издания В2В: «Лекарственное обозрение», «ПРО Деньги» и «Модный магазин»

Собственный пресс-особняк

Интернет-сайт [www.aif.ru](http://www.aif.ru)

Приложения для iPhone и iPad



# Меняется мир. Ценности остаются

## Концепция, которая будет популярна всегда

### Компетентность

Точность и правдивость — фирменный знак издания. «АиФ» публикует только проверенную информацию, и любой комментарий или ответ на вопрос является экспертным.

### Актуальность

«Аргументы и факты» предоставляют читателю возможность получить информацию по самым актуальным вопросам. Как только проблема или событие появляются на информационном поле страны или мира или же журналисты «АиФ» узнают о грядущих событиях из своих источников, издание публикует материал, содержащий анализ происходящего, комментарии экспертов и прочие данные, которые необходимы для того, чтобы читатель составил собственное мнение.

### Практичность

Из «АиФ» читатель получает такие сведения, которые будут полезны в повседневной жизни и которые он сможет применить в различных аспектах своей деятельности. Прикладной характер публикуемой информации — один из главных плюсов еженедельника. Избегая абстракции, мы предлагаем читателю самому стать экспертом — как в собственной жизни, так и в жизни страны.

### Честность

Мы не замалчиваем темы, которые важны читателю, наша цель — максимально объективное описание ситуации. Традиция открытого общения с аудиторией, возникшая с самого рождения «АиФ», поддерживается и сегодня. Это позволяет нам сохранять стабильное доверие массового читателя.

### Стабильность

Газета сохраняет свой стиль и верна своим принципам. Любые изменения происходят эволюционным, а не революционным путем.

### Интерактивность

Мы первыми предложили интерактивную рубрику «Вопрос-ответ», которая превращает читателя в соавтора и позволяет ему непосредственно формировать содержание газеты.

### Доступность

Кредо издания — «понятно о важном». Любые политические, экономические, общественные и социальные темы раскрываются понятным, живым языком. В то же время газета заслуженно считается образцом правильной русской речи.

Феномен еженедельника в том, что он сохраняет многомиллионные тиражи, не превращаясь при этом в бульварное издание. «Аргументы и факты» предлагают самую полную экспертную информацию по самым актуальным вопросам. Открыв газету, читатель узнает, что и как происходит: каждая проблема освещается с нескольких точек зрения. «Аргументы и факты» — реальная сила, действующая в интересах обычного человека. Мы последовательно защищаем интересы читателя, живем его жизнью.

*Солидность, спокойствие и оперативность — основные составляющие «Аргументов и фактов».*

*«АиФ» интересно то, что интересно аудитории: мы поднимаем темы, подсказанные самой жизнью, одинаково далекой от бессмысленного гламура и от беспросветной серости.*

*Сфера приложения усилий — актуальные для читателя вопросы экономики, политики, культуры, образования, экологии, семьи, науки.*



# Детальная картина мира

## Разделы и рубрики еженедельника

Еженедельник «Аргументы и факты» — не только интересное, но и удобное издание. Чтобы максимально упростить для читателя навигацию по рубрикам и разделам, газета разделена на тематические блоки.

### Главное

Здесь собраны самые актуальные и злободневные материалы: рассказ о важнейших политических событиях, социальных вопросах, чрезвычайных происшествиях.

### Деловая среда

Анализ экономической и финансовой ситуации, сообщения об изменениях в бизнес-среде, обо всем, что касается доходов и сбережений граждан.

### Москва

Новости и проблемы столичной жизни, полезные материалы на актуальные темы: ЖКХ, транспорт, досуг.

### ТВ + Афиша

Подробнейший список событий, которые произойдут в телеэфире, в кино, театрах, на концертных и спортивных площадках.

### Полезный выбор

Практические советы, независимая экспертиза товаров и услуг, анализ потребительского рынка.

### Здоровье

Всё о болезнях и методах их лечения, о здоровом питании и образе жизни, о новинках медицины и фармакологии.

### Свободное время

Уникальные истории из жизни, интервью с известными деятелями культуры и шоу-бизнеса, новости науки, рассказы о невероятных открытиях.



*«АиФ» не оставляет читателя наедине с новостями: экспертная оценка значимых событий помогает сформировать собственное мнение. Понятным языком «АиФ» рассказывает о сложном — основных тенденциях развития в общественной, экономической и политической жизни. В каждом номере — самые свежие новости и наиболее актуальная информация.*

*Читателям не приходится скучать — они всегда в курсе последних событий в мире, искусстве, спорте и науке.*



## Читатели «АиФ»: сбалансированная аудитория

*Еженедельно в России «АиФ» читают **7 684 400** человек (каждый 8-й россиянин), в Москве **1 417 000** человек (каждый 6-й москвич). За последние полгода «АиФ» прочитали **27 683 100** человек в России, практически каждый второй взрослый россиянин. Это самый читаемый общественно-политический еженедельник в стране.*

Общественно-политический еженедельник «Аргументы и факты» — по-настоящему массовая газета. Уникальный формат делает издание интересным для политической и деловой элиты, интеллигенции, руководителей различных уровней, школьников, пенсионеров и домохозяек.

Аудитория «АиФ»

**2 161 600** руководителей и специалистов  
**4 119 600** обеспеченных и высокообеспеченных людей  
**1 267 800** мужчин и женщин в наиболее активном возрасте — 35-44 года

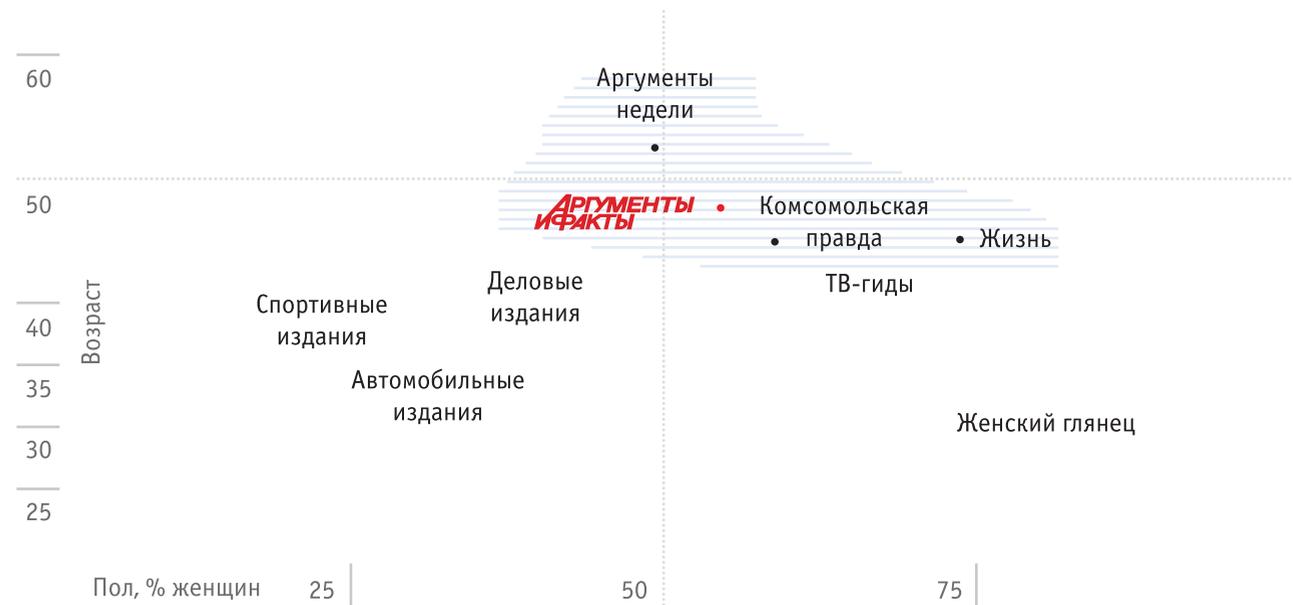
**Благополучие читателей «АиФ»**

78% живут в двух- или трехкомнатных квартирах  
56% имеют личный счет в банке  
44% владеют одним или двумя автомобилями  
41% имеют дачу или дом в деревне  
40% имеют банковскую карту

**«АиФ»: активный образ жизни**

27% читателей совершают поездки по России и за границу  
35% читателей ходят в кинотеатры  
23% посещают сетевые рестораны  
29% посещают рестораны быстрого питания  
33% читателей посещают салоны красоты, спортивные и фитнес-центры

# Карта изданий по полу и возрасту



TNS Россия, NRS Россия 2010-2

## Портрет читателя «АиФ»

### Социально активный человек

Достаточно материально обеспеченный, работающий, социально успешный

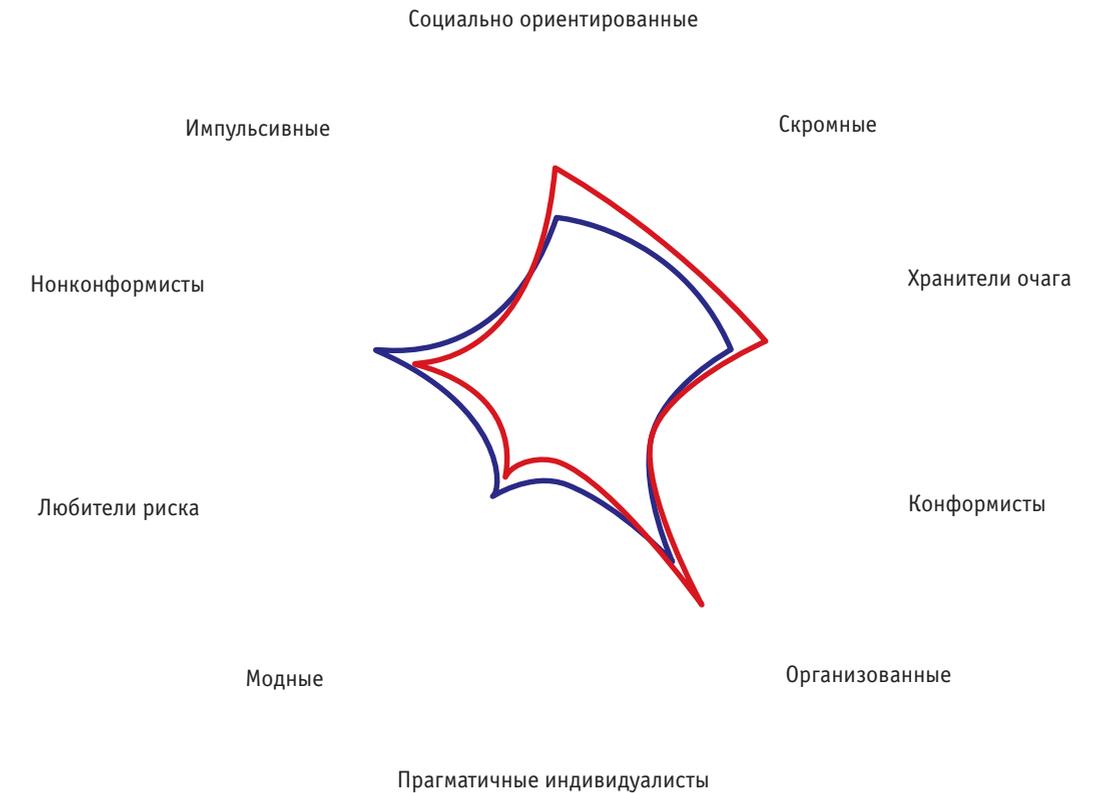
### Разносторонний, интересующийся политикой и общественной жизнью, патриот

Семьянин, имеет детей

### Серьезный

Хочет быть компетентным, разбираться в различных областях жизни

# Социодоминантная структура аудитории «АиФ» в сравнении с населением России



TNS Россия, Marketing Index 2010-1

Аудитория «АиФ» достаточно широка, чтобы в ней были представлены разные типы людей. Однако наибольший вклад вносят социально ориентированные (13%), организованные (11%) и хранители очага (11%).

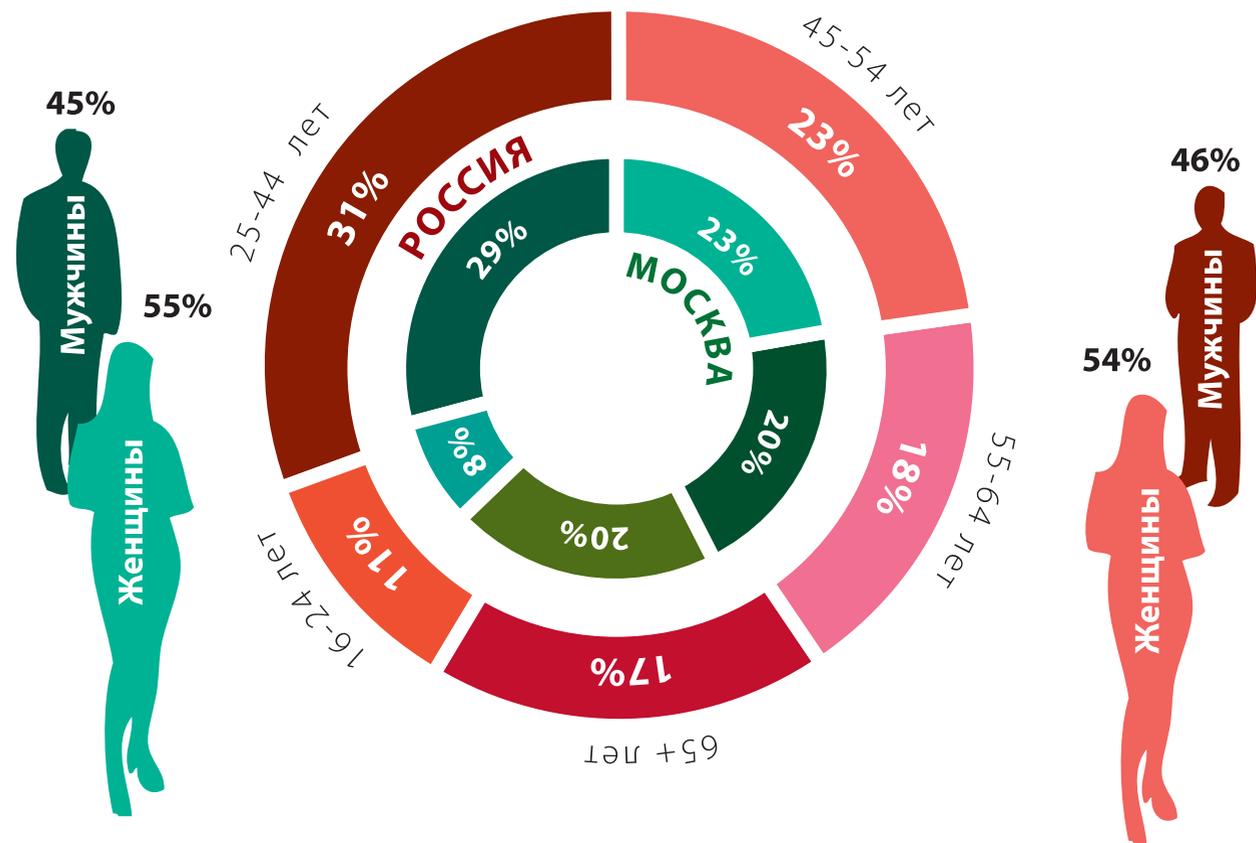
Среди читателей «АиФ» много таких людей, для которых очень важно чувствовать себя принадлежащими к социуму. Они живут интересами общества, им важно знать, что происходит не только в ближайшем окружении, но и глобально в стране и мире, и какие последствия это будет иметь для людей.

Многие читатели «АиФ» считают очень важным в жизни иметь возможность активной, полноценной деятельности, духовного развития, накопления знаний, самосовершенствования и самовыражения. К важным ценностям они относят физическое здоровье и семейное благополучие, а также надежную дружбу.

# Аудитория «АиФ»:

## демографический портрет

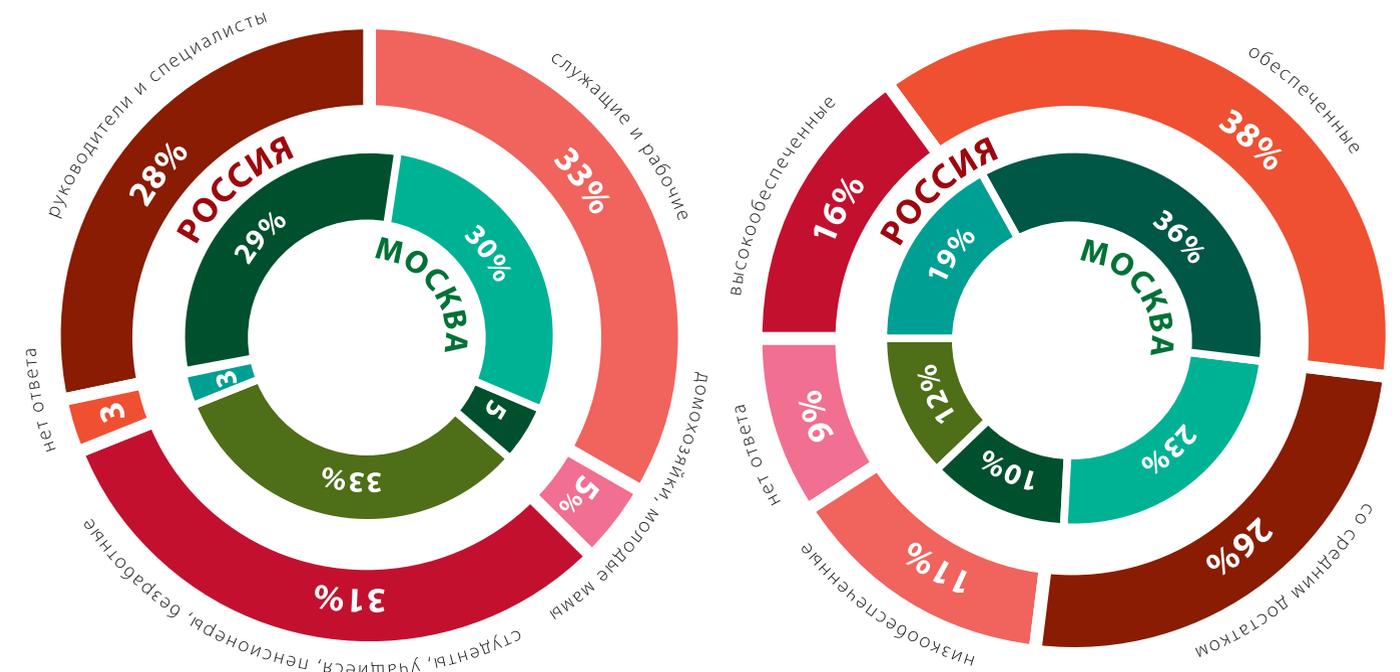
Пол и возраст



# Аудитория «АиФ»:

## социальный портрет

Социальный и финансовый статус



Образование





# Максимальный охват

## Полная картина жизни страны

*Дочерние и партнерские компании ЗАО «Аргументы и факты» действуют на территории всей страны. Благодаря работе региональных представительств достигается стопроцентный охват читающего населения России.*



Создание полной информационной картины было бы невозможно без института региональных представительств: каждый федеральный выпуск «АиФ» дополняется информацией, которую готовят региональные редакции. Местные корреспонденты не замкнуты исключительно на своих новостях; их материалы географически перекрывают и соседние области. Можно смело утверждать, что в приложениях «АиФ» отражается реальная картина жизни всех регионов России.

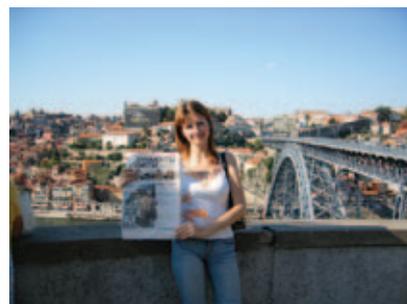
Кроме того, подборки самых ярких материалов местного уровня регулярно появляются на страницах федерального «АиФ». Сегодня в стране действуют 66 региональных редакций — это единый, слаженный организм. Сеть действует, следуя одинаковым принципам и поддерживая одинаковые ценности, перенимая у отдельных своих частей самые эффективные приемы работы. Силами региональных редакций проводятся выставки, запускаются локальные рекламные кампании, организуются всевозможные социальные акции.

Подобная активность способствует поддержанию статуса «АиФ» как самого читаемого общественно-политического издания; без всякого преувеличения, это газета №1 даже в самых отдаленных уголках нашей Родины. Практически в каждом городе-миллионнике действуют дочерние предприятия ЗАО «АиФ». Региональные представительства, помимо прочего, обеспечивают тесное взаимодействие с местными губернаторами, что позволяет держать руку на пульсе событий в ключевых регионах страны.



# «АиФ» без границ

Читает вся планета



Редкая газета может похвастаться настолько массовой заграничной аудиторией, как «АиФ». Свыше 2 миллионов человек из 60 стран мира на вопрос «Что такое «Аргументы и факты» уверенно ответят: «О! Это есть популярнейший русский еженедельник!» Зарубежные читатели газеты «Аргументы и факты» получают возможность читать не только эксклюзивные материалы от лучших российских журналистов, но и статьи местных корреспондентов, подготовленные иностранными редакциями «АиФ».

*Нас читают: Австралия, Австрия, Азербайджан, Армения, Белоруссия, Бельгия, Болгария, Великобритания, Венгрия, Германия, Голландия, Греция, Грузия, Дания, Израиль, Испания, Италия, Ирландия, Канада, Казахстан, Кипр, Кыргызстан, Латвия, Литва, Лихтенштейн, Люксембург, Молдавия, Норвегия, Польша, Португалия, Румыния, Словакия, Словения, США, Таджикистан, Таиланд, Турция, Узбекистан, Украина, Финляндия, Франция, Хорватия, Чехия, Швейцария, Швеция, Эстония и др.*

## Путешествия вместе с «АиФ»

В феврале 2010 года вышел в свет первый номер еженедельника «АиФ без границ». Это издание адресовано премиум-аудитории и распространяется по бизнес-классам аэропортов, авиа- и железнодорожных компаний. Он создан специально для тех, кто ищет интересного чтения, пока он в пути, поэтому основное его наполнение — это лучшие, актуальные статьи из основного номера: «Главное» из политики и социальных новостей, «Деловая среда», «Здоровье», «Афиша», традиционные для «АиФ» «Вопрос-ответ». Специально для «АиФ без границ» еженедельно создается рубрика «Свободное время», знаменитые путешественники пишут эксклюзивные материалы о путешествиях, а корреспонденты еженедельника готовят полезные статьи о том, что делать, если потерялся багаж, или как провести с пользой время в полете.





## 7,5 миллиона голосов Народный контроль. Народный выбор

### «Национальная гордость России»

#### Общественная читательская премия «АиФ»

Всякий раз, когда из достойных выбирают достойнейших, возникает вполне философский вопрос: могут ли отдельные люди (даже самые авторитетные и уважаемые) судить от имени всего общества? Десятки всевозможных премий существуют сегодня в России. Появляются сотни новых героев. Но кто производит их в герои? Ежедневник «Аргументы и факты» в 2002 году учредил общественную читательскую премию «Национальная гордость России». Претендентов и победителей в каждой из номинаций выбирают читатели «АиФ». Оспаривать мнение семи с половиной миллионов экспертов (а именно столько человек входит в «народное жюри») просто нелепо. Лауреатами премии становятся те, кем страна действительно может гордиться.

Лауреаты премии «Национальная гордость России»: Владимир Путин, патриарх Алексей II, Жорес Алферов, Юрий Лужков, Григорий Явлинский, Анатолий Приставкин, Владимир Познер, Майя Плисецкая, Олег Табаков, Никита Михалков, Валерий Гергиев, Леонид Рошаль, Сергей Степашин, Вячеслав Фетисов, Ирина Роднина, Гарри Каспаров.



### «Чистая Россия»

Цель социальной акции «Чистая Россия» — привлечь внимание властей и широкой общественности к проблемам чистоты наших городов и подъездов, защитить от вандализма пространство, где мы живем. В рамках акции главе города вручается специальный «Чистый чемоданчик», каждый предмет в котором несет символическое значение. Так, например, белые перчатки означают, что у мэра всегда должны быть чистые руки; фонарик нужен, чтобы в городе не осталось «темных углов»; бинокль — чтобы четко видеть большие и малые проблемы региона. Есть в чемоданчике и баллончик с краской (раскрасить город, сделать его ярким), и зонтик, который должен защитить улицы от непогоды. Первые «Чистые чемоданчики» были вручены в 2008 году, акция продолжается и по сей день.

### Проект «Победа»

Акция «Чистая память» была приурочена к 65-летию Великой Победы. Ее цель заключалась в том, чтобы привести в порядок все мемориалы, братские могилы, памятники, стелы, посвященные Победе в Великой Отечественной войне. По всей стране неравнодушные люди выходили на субботники по уборке территорий вокруг памятников, журналисты разыскивали родственников погибших солдат, власти выделяли средства на ремонт и восстановление мемориалов. Однако самый важный результат акции в том, что она... не закончилась. 9 Мая 2010 года наиболее активные участники получили от «АиФ» памятные знаки — гильзы с землей с Мамаева кургана, но инициативные группы теперь уже самостоятельно продолжают работу по сохранению памяти о великой войне.

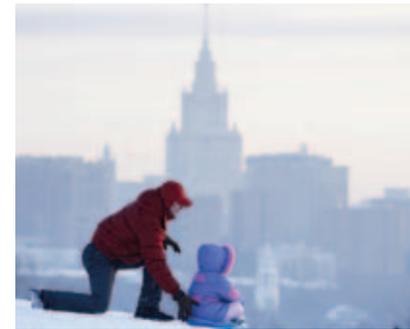


# Помнить и двигаться дальше

## Достоверность собственных впечатлений

### «Легенды Москвы»

Для каждого родной город — это что-то свое, особенное. Какое-то место или предмет, связанный со знакомым событием в жизни или просто приятным воспоминанием. Может быть, это московское мороженое, за которым стоял в громадной очереди в ЦУМ(е), или «Кофемания» на Б. Никитской, где каждое утро с 10 до 12 играешь с подругами в покер, или новенький авто, которому завидовали соседи. «АиФ» продолжает серию интерактивных мультимедийных проектов. Участники проекта «Легенды Москвы» — журналисты, знаменитости, читатели, интернет-пользователи, которые рассказывают истории о городе и о себе. Истории публикуются в еженедельнике, на сайте aif.ru, а также на странице проекта в Facebook. Лучшие истории, отмеченные редакцией, войдут в подарочный альбом «Легенды Москвы».



### «Дорога на Сочи»

В 2014 году Россия станет столицей мирового спорта: в Сочи пройдут Олимпийские игры. За 5 лет до этого события, в 2009 году, редакция «АиФ» дала старт автомарафону «Дорога на Сочи». Ежегодно команда журналистов «АиФ» отправляется из Москвы в Сочи и фиксирует изменения в российской жизни в преддверии знакового спортивного события для страны. Читатели еженедельника и посетители сайта каждое лето получают полную информацию о готовности дорог и олимпийских объектов к встрече олимпийцев. По итогам автомарафона на сайте aif.ru создается интерактивная карта состояния дорог и значимых объектов трассы М4 «Дон», которая постоянно дополняется читателями.

Редакция еженедельника «Аргументы и факты» считает сочинскую Олимпиаду поводом для объединения, ведь подготовка к таким глобальным мероприятиям — дело не только спортсменов, руководства страны или отдельных организаторов, это ответственная и почетная миссия всех граждан России.

Автомарафон выявляет «слабые места» в подготовке к Олимпиаде — пишет о плохом состоянии участков трасс, отсутствии качественного сервиса, загрязненности дорог. Привлечение внимания общественности к проблемам способствует их решению со стороны местных властей. Первые этапы автомарафона уже привели к конкретным результатам.



# Доброта как правило жизни

## Благотворительные проекты «АиФ»

### «АиФ. Доброе сердце»

Фонд «АиФ. Доброе сердце» — один из самых массовых и по-настоящему народных благотворительных проектов. У большинства родителей, столкнувшихся с онкологическими, сердечными заболеваниями, нет никакой возможности спасти ребенка, полагаясь только на свои силы: нужную для лечения (а иногда и просто для поддержания жизни) сумму не накопить даже за несколько жизней.

«Доброе сердце» оказывает адресную помощь: оплачивает сложнейшие операции в России и за рубежом, закупает дорогостоящие эндопротезы и импортные медикаменты. Совершенно не важно, откуда пришел зов о помощи: из Москвы или Казани, из Пензы или Улан-Удэ — «Доброе сердце» дарит надежду всем оказавшимся в безвыходной ситуации.

*Добрые и совестливые люди живут не только в России. Фонду активно помогают читатели «АиФ» из США, Германии, Израиля, Италии, Франции.*

Благодаря им маленькие сердца начинают работать увереннее, возвращается слух, хитроумные протезы дарят детям свободу передвижения.

### Дедами Морозами не рождаются... Ими становятся

Акция «Стань Дедом Морозом!» — еще один социально-благотворительный проект «АиФ» и фонда «АиФ. Доброе сердце». Его цель — подарить детям, которые лишены родительской любви и заботы, праздник, веру в чудо и надежду на лучшее будущее.

Новый год не для всех одинаков: для кого-то это время подарков и семейных торжеств, а для кого-то — время горького одиночества. Всероссийская акция призывает всех неравнодушных взрослых передать частичку своей теплоты и заботы детям, которые так в этом нуждаются. В крупнейших торговых центрах по всей стране новогодние елки наряжаются не елочными игрушками, а фотографиями детей из детских домов. На обратной стороне каждой фотографии — их заветные желания. Любой посетитель может прочитать желание ребенка и... стать для него Дедом Морозом. Чистое новогоднее волшебство: на организованном «АиФ» празднике дети получают именно те подарки, о которых они мечтали! Также в рамках ежегодной благотворительной акции «Стань Дедом Морозом!» проводится конкурс «Рождественская открытка»: воспитанникам детских домов предлагается своими руками сделать открытку для других детей — ведь они одинаково остро нуждаются в помощи, заботе и любви, верят в чудо и ждут своих подарков на Новый год.

*Суммы, которые собирает фонд «АиФ. Доброе сердце», увеличиваются с каждым годом. С начала работы фонда ежегодно собирается порядка 50 миллионов рублей, которые до последней копейки идут на нужды подопечных.*



# Больше, чем газета

События начинаются здесь



Пресс-особняк «АиФ» — уникальная площадка для проведения мероприятий любого уровня. Роскошные интерьеры в самом сердце Москвы оборудованы самой современной свето-, звуко-, видеотехникой. За более чем десятилетний период работы здесь прошло более 5000 событий с участием политиков, бизнесменов, ученых, легенд кинематографа и шоу-бизнеса.

## Конференции

Самый надежный способ донести информацию до максимальной аудитории — пресс-конференция. Особняк «АиФ» приспособлен как для строгой, тщательно срежиссированной и разыгранной «по нотам» конференции, так и для организации демократичного дискуссионного клуба в располагающей, неформальной обстановке.

В рамках информационной поддержки возможны анонсирование мероприятия в газетах «АиФ», «Труд», публикация отчетного материала, подготовка пресс-релиза и постмониторинг СМИ.

## Онлайн-интервью

WEB-презентация позволяет организовать непосредственное, практически живое общение с аудиторией сколь угодно размера. Пресс-особняк располагает максимальными техническими возможностями для проведения удаленных видеоконференций и онлайн-консультаций. Мы поможем организовать премодерацию входящих материалов и составить подробнейший отчет о прошедшем мероприятии (от подготовки фото- и видеоматериалов до стенографирования выступлений).

## Медиашкола

Образовательный проект «Медиашкола» готовит специалистов, которые смогут свободно ориентироваться в реалиях современного медиарынка. Программа курсов сочетает в себе подробный анализ историй успеха в медиабизнесе и выполнение самостоятельных практических заданий.

Преподавателям есть чем поделиться со студентами: в их активе — коммерчески успешные сайты, журналы и корпоративные издания; это те самые люди, усилиями которых создано медиaprостранство «АиФ».





# Новые форматы

## Общаться можно по-разному

### Азарт к новостям

Искушенному современному читателю уже становится недостаточно лишь печатного слова. Интересы нового поколения смещаются в сторону электронных, мультимедийных, интерактивных СМИ. Подобная тенденция побуждает традиционные бумажные издания к оригинальным способам завоевания читательских симпатий.

Проведение моментальных и тиражных лотерей в качестве стимула к покупке свежего номера будит в читателе инстинкт игрока: это возможность получить приз, заплатив стандартную цену газеты. Далее — только вопрос везения каждого отдельного человека. Наградой может стать и безделушка, и солидная сумма, но «минимальный приз» — саму газету — он уже выиграл.

### Коллекционный подход

Интерес к «накоплению однотипных предметов» свойствен человеку с рождения, и привязанность к милым сердцу вещам — может со временем превратиться в настоящую страсть. С возрастом коллекционированию становится подвержено абсолютное большинство образованных людей. Молодежи, к примеру, интересна современная музыка, а людям постарше — историческая литература; свои предпочтения у домохозяек и у спортивных болельщиков. На сайте aif.ru работает интернет-магазин, в котором можно приобрести книги в цифровом формате:

электронные тексты, аудиокниги и мультимедийные издания самой различной тематики. Проект «Книги» — результат сотрудничества ИД «АиФ» и компании «ЛитРес» — крупнейшего правообладателя на использование электронных копий русскоязычных книг в Сети. Это единственный в мире интернет-магазин, в котором легально осуществляются массовые продажи электронных копий популярных книг в открытых форматах.

### «АиФ» + iPhone. Так удобнее!

Читать новости с наладонника или телефона — обычное дело. Для этого необходимо настроить нужные службы, зайти на сайт [www.aif.ru](http://www.aif.ru) с помощью стандартного браузера и найти нужную вкладку. Вкладка приведет вас на сайт, адаптированный для мобильного Интернета: [pda.aif.ru](http://pda.aif.ru) или [wap.aif.ru](http://wap.aif.ru). Это полноценные сайты, хотя у них намеренно упрощенный дизайн, который сэкономит ваше время и ваши деньги. Но все-таки по современным меркам это и долго, и неудобно. Обладателям iPhone достаточно загрузить из магазина App Store бесплатную программу «Аргументы и факты» и моментально получить доступ к мобильной версии «АиФ». Приложение само загрузит свежие новости, используя ваше текущее подключение к Интернету, а в дальнейшем подключение к Интернету потребует только для обновления новостей.

### «АиФ» + iPad. Теперь вслух

Все, что нужно для удобного чтения «АиФ» с планшета iPad, — бесплатное приложение PressReader, которое можно скачать бесплатно. После этого полосы еженедельника аккуратно «впишутся» в экран iPad и будут выглядеть, как обычные газетные страницы. Для удобства каждая из полос разделена на статьи, каждая из которых по клику раскрывается в полноэкранном режиме. Любой материал выпуска несложно найти по оглавлению: продуманная навигация позволяет экономить время. Одна из самых приятных опций — голосовое оформление материалов. Каждая статья «АиФ» озвучена: если ваши руки заняты (например, вы в данный момент за рулем), газета «прочитает» себя сама.

### Разговор на равных

Проект «АиФ. Блоги» — это один из первых опытов создания дискуссионной площадки на уровне первых лиц краев и областей России. Любой желающий сможет увидеть, как идет работа в его регионе, чем живет и чем занимается администрация. В блогах публикуются интервью и видеообращения, отчеты и репортажи об официальных событиях, причем материалы готовятся при участии и с помощью журналистов «АиФ». Подобный формат общения интересен и для руководителей коммерческих структур, деятелей культуры и искусства, вообще для персон, чей статус подразумевает публичность.



# Просто — о самом главном

Где искать дельный совет

*«АиФ ПРО» — общее название серии «журналов-советчиков», выпускаемых Издательским домом «Аргументы и факты». Меньше всего они похожи на многочисленные наивные издания из разряда «о здоровом образе жизни» или «о вкусной и здоровой пище». Девиз серии «АиФ ПРО» — «Журнал как друг», а с настоящим другом можно не только поболтать, но и получить честные ответы на прямые вопросы: «где?», «как?», «нужно ли мне это?», «сколько стоит и как использовать?».*

*Один из безусловных плюсов серии «АиФ ПРО», с точки зрения рекламодателя, — максимальная свобода в представлении своих товаров и услуг. Помимо традиционных форм печатной рекламы возможно размещение экспертных мнений по тем или иным вопросам, спонсорство популярных рубрик и подготовка тематических журнальных спецпроектов. Рекламодатель может обращаться как к определенным целевым группам внутри журналов, так и к совокупной аудитории «АиФ».*



Вопросы здоровья и красоты связаны неразрывно. «АиФ ПРО здоровье» — журнал о том, как просто и приятно ухаживать за собой, издание для молодых и энергичных женщин, понимающих, что здоровый образ жизни — непереносимое условие красоты, счастья и семейного благополучия. «АиФ ПРО здоровье» рассказывает о сложных вещах простым и доступным языком, затрагивает проблемы, которые так или иначе касаются каждой женщины, причем без занудства, так свойственного специальным изданиям.



Для кого-то «главная» комната в доме — это гостиная, для кого-то — спальня, но любая хорошая хозяйка уверена: нет в доме помещения важнее, чем кухня. Здесь не только готовят или едят. Кухня — это «территория семьи», именно здесь чаще всего собираются домочадцы, это место для семейных советов, праздников, душевных разговоров. «АиФ ПРО кухню» — первое издание о кухне именно как о центральной точке семейного очага; месте, где выстраивается и настроение, и атмосфера всего дома.



# Было бы здоровье

О том, что важно для каждого



Первый номер газеты «АиФ. Здоровье» вышел 18 лет назад, газета была первым приложением к еженедельнику «Аргументы и факты». За эти годы у нас появилось много друзей: наши именитые эксперты, наши авторы и, конечно же, наши читатели. Сегодня «АиФ. Здоровье» — это еженедельная цветная газета на 24 страницах. Потолстевшая, возмужавшая, с новым, современным дизайном. Но неизменившаяся в главном — она всегда остается другом и советчиком тем, кто хочет сохранить здоровье, энергию, душевное равновесие.

В каждом номере «АиФ. Здоровье» — материалы о новейших открытиях в области отечественной и зарубежной медицины, о профилактике и лечении, советы и комментарии ведущих врачей страны, проверенные рецепты народной медицины. Газета популярна не только в России, но и в странах СНГ, и за рубежом. «АиФ. Здоровье» входит в TOP-5 популярнейших российских газет о здоровье, активно участвует в выставках, является победителем профессиональных конкурсов, премий и номинаций.

*Сегодня «АиФ. Здоровье» входит в TOP-5 популярнейших российских газет о здоровье.*



# Урожай богаче

Вместе с «АиФ. На Даче»

Пожалуй, нигде в мире нет такого интереса к любительскому садоводству, как в России. Дача, как социальный (да и культурный) феномен, просто не имеет аналогов: ни итальянские виллы, ни английские поместья не могут похвастаться такой популярностью в широких массах. «АиФ на Даче» — газета для тех, кто не мыслит своей жизни без родного дачного участка, уютного загородного дома,

любимых грядок. Владельцы садов и огородов, работники совхозов и питомников делятся своими секретами ведения хозяйства, авторитетные эксперты советуют, как вырастить богатый урожай и обустроить участок.

Аудитория издания необычайно широка: ведь, как известно, люди делятся на тех, у кого есть дача, и тех, у кого ее пока нет.



# Будем полезны друг другу

## «АиФ» для бизнеса



### «Модный Магазин»

Ежемесячный специализированный журнал, посвященный индустрии моды. Единственное периодическое издание о моде на русском языке, освещающее все звенья фэшн-процесса: от создания, продвижения одежды и обуви, парфюмерии и косметики до эффективной организации продаж. Нью-мейкеры, авторы, читатели и рекламодатели журнала являются признанными специалистами в мире моды. Целевая аудитория журнала — руководители и менеджеры торгово-производственных компаний, чья деятельность связана

с товарным производством, развитием розничной и оптовой торговли, а также с оказанием посреднических услуг. Миссия «Модного Магазина» — создание единого информационного пространства для специалистов, заинтересованных в повышении профессионального уровня. В журнале публикуются материалы о технологии создания и продвижения торговых марок, специфике позиционирования и дизайна магазинов, статьи о рекрутинге и профессиональной подготовке кадров, обзоры рынка модной продукции, интервью со специалистами.



### «Лекарственное обозрение»

Как понятно из названия, издание ориентировано в основном на профессиональную аудиторию медицинских и фармацевтических работников — и пользуется в их среде заслуженной популярностью. На страницах «Лекарственного обозрения» публикуются мнения специалистов по самым острым вопросам медицинской отрасли. Как правило, вслед за публикацией проводится тематический опрос на сайте aif.ru, а результаты опроса публикуются в следующем номере «Лекарственного обозрения». Редакционные материалы касаются широкого спектра тем: научные разработки и вопросы производства отечественных лекарств, текущее состояние фармацевтических рынков, и «горячие» проблемы аптечных сетей.

### «ПРО Деньги»

Издание помогает в решении финансовых вопросов. Оно информирует о банковских продуктах, которыми клиенты не пользуются лишь потому, что не представляют, чем они могут быть им выгодны и удобны. Еще одна важная тема — освещение малоизвестных, но важных и полезных особенностей финансовых институтов, рассказ о таких моментах, с которыми ежедневно сталкивается каждый предприниматель. Эксперты — сотрудники Промсвязьбанка — признанные профессионалы в области финансов, их рекомендации помогают уверенно ориентироваться в мире финансовых услуг и находить оптимальные решения.



## События в режиме реального времени Ответ на любой вопрос — каждую секунду

Сайт aif.ru можно назвать прототипом газеты будущего. Ретрограды скажут, что Интернет сравнится с газетой лишь тогда, когда Интернетом можно будет прихлопнуть муху (так они говорили в свое время о телевидении), но не стоит их строго судить. Главное преимущество интернет-версий печатных изданий — интерактивность, то есть особый принцип создания информационной картины, где мнение журналиста уже не является главенствующим. Порой подлинный смысл события, появившегося в ленте новостей, может раскрыться в процессе диалога, и комментарии к новости иногда оказываются интереснее, чем сама новость. А уж когда число посетителей сайта превышает 4,5 миллиона в месяц\*, то среди них найдутся и неравнодушные эксперты, и действительные свидетели события. Самые значимые информационные поводы иллюстрируются видеосюжетами — таким образом сайт совмещает все преимущества онлайн-издания, газеты и телевидения. Двустороннее общение — главное преимущество публичных выступлений. В режиме онлайн это преимущество даже усиливается: ведь вопрос могут задать те, кто не находится сейчас в зале, причем «реплики с мест» не окажутся потерянными. В интернет-эфир транслируется все, что происходит во время конференции, ситуация «здесь и сейчас» может быть восстановлена в любой момент. Стенограмма и комментарии публикуются на сайте в виде итоговой статьи — отчета о событии.

## Рубрики и разделы сайта

Новости

Политика

Общество

Культура

Спорт

Деньги

Дом

Конкурсы

ПРО здоровье

ПРО кухню

ПРО технику

Дача

ПРО лето

Дорога на Сочи

Бизнес-конференции

Авторские колонки

Лента новостей

Газета

Гороскоп

Тесты

Еда

Блоги

Журналы

Книги

Игры

ЕГЭ

Видео

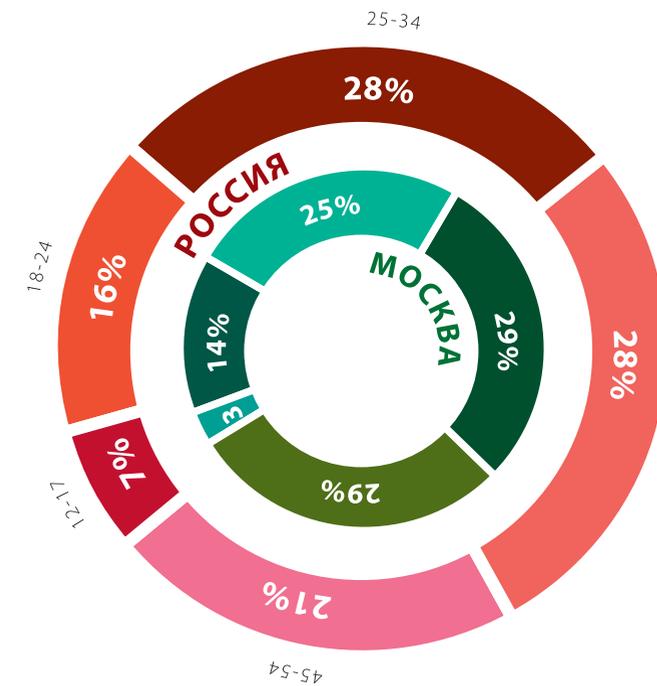
Фотогалерея

\*По данным Rambler TOP-100

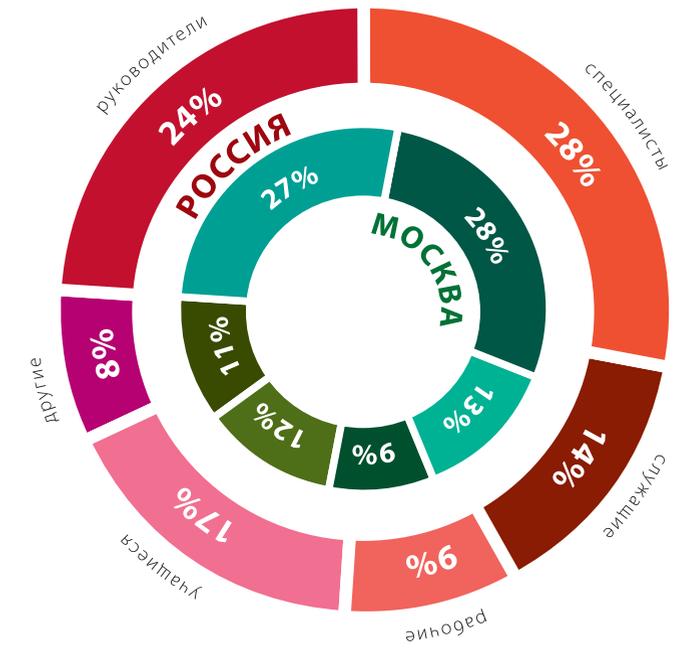


# Структура аудитории AIF.RU

Возраст



Род деятельности



Пол



Мужчины – 55%  
Женщины – 45%

Россия



Мужчины – 49%  
Женщины – 51%

Москва



# Наши партнеры

Доверие к газете. Доверие к рекламе

AHMAD TEA  
BRITISH AMERICAN TOBACCO  
BAYER  
BEKO  
CITROEN  
COCA-COLA  
CODE OF TRADE  
DANON  
DR.REDDY'S  
FORD  
FUJIFILM  
GLAXO SMITH KLEIN  
GM  
GOOGLE  
HEINEKEN  
HOME CREDIT BANK  
HYUNDAI  
IKEA  
INITIATIVE  
JTI  
KIA MOTORS RUS  
LIPTON  
MAGMA  
MAXUS  
McDONALDS  
MEDIACOM  
MEDIAEDGE: CIA  
MEDIA EXPRESS  
MEDIA MARKT  
MEDIA VEST  
MICROSOFT  
MINDSHARE

MPG  
OTTO  
PROCTER&GAMBLE  
PEUGEOT  
PHILIP MORRIS  
RAIFFEISEN BANK  
RENAULT  
ROLSEN  
SCHWARZKOPF&HENKEL  
SUN InterBrew  
TETRA PAK  
UNIVERSAL MCCANN  
VOLKSWAGEN  
WIMM BILL DANN  
X5 RETAIL  
ZENITHOPTIMEDIA  
5 КАНАЛ  
АВТОВАЗ  
АЛКОГОЛЬНАЯ СИБИРСКАЯ ГРУППА  
АЛФАВИТ  
АЭРОФЛОТ  
БАЛТИКА  
БАЛТИМОР  
БАНК ГЛОБЭКС  
БИЛАЙН  
БОЛЬШАЯ КРУЖКА  
ВТБ-24  
ГАЗПРОМБАНК  
ДОНСКОЙ ТАБАК  
ЗОДЧИЙ  
КРИСТАЛЛ-ЛЕФОРТОВО  
МАЙСКИЙ ЧАЙ

МГТС  
МГТС (COMSTAR MTC)  
МЕГАФОН  
МИРАКС ФАРМА  
МИР ПОЛЕЗНЫХ ТОВАРОВ  
ММВЗ  
МТС  
МТТ  
МЯГКОВЪ  
НАДОМ  
ОТП Банк  
ОЧАКОВО  
ПЕРВЫЙ КАНАЛ  
ПОЧТА РОССИИ  
ПРОМСВЯЗЬБАНК  
ПУТИНКА  
РЕН ТВ  
РЖД  
РОСТЕЛЕКОМ  
СБЕРБАНК РОССИИ  
СИНЕРГИЯ  
СОЮЗ-ВИКТАН: НА БЕРЕЗОВЫХ БРУНЬКАХ  
СТС  
ТВ 3  
ТЦ МЕГА  
УАЗ  
УВЕЛКА  
УРОЖАЙ  
ФАНАГОРИЯ ТД  
ФИАТ  
ЭВАЛАР

# Контактная информация

107996, Москва, ул. Электrozаводская, д. 27, стр. 4

Тел. (495) 735-44-47, факс (495) 646-57-73

[www.aif.ru](http://www.aif.ru), [www.media3.ru](http://www.media3.ru)

<b>Митрофанова Ирина Валентиновна</b>	Генеральный директор	<a href="mailto:gen.director@aif.ru">gen.director@aif.ru</a>
<b>Зятков Николай Иванович</b>	Главный редактор	<a href="mailto:nzyatkov@aif.ru">nzyatkov@aif.ru</a>
<b>Факторович Евгений Семенович</b>	Зам. главного редактора	<a href="mailto:ef@aif.ru">ef@aif.ru</a>
<b>Мишункина Марина Николаевна</b>	Заместитель генерального директора по продажам	<a href="mailto:marina.mishunkina@aif.ru">marina.mishunkina@aif.ru</a>
<b>Кузнецов Алексей Валерьевич</b>	Директор по рекламе «АиФ»	<a href="mailto:alexey.kuznetsov@aif.ru">alexey.kuznetsov@aif.ru</a>
<b>Крылов Алексей Борисович</b>	Заместитель генерального директора по производству, тиражу, IT	<a href="mailto:alexey.krylov@aif.ru">alexey.krylov@aif.ru</a>
<b>Слепихин Юрий Николаевич</b>	Заместитель генерального директора по региональному развитию	<a href="mailto:slepihin@extra-m.ru">slepihin@extra-m.ru</a>
<b>Чефранова Ирина Евгеньевна</b>	Директор интернет-службы	<a href="mailto:chefranova@aif.ru">chefranova@aif.ru</a>
<b>Асаченкова Елена Владимировна</b>	Директор по маркетингу	<a href="mailto:elena.r@aif.ru">elena.r@aif.ru</a>
<b>Маргасова Яна Владимировна</b>	Директор по связям с общественностью	<a href="mailto:margasova@aif.ru">margasova@aif.ru</a>
<b>Прохорова Анна Павловна</b>	Директор по спецпроектам	<a href="mailto:anna.prokhorova@aif.ru">anna.prokhorova@aif.ru</a>
<b>Пресс-центр (Мясницкая, 42) Сидорова Ольга Николаевна</b>	Директор департамента конференций	<a href="mailto:olga.sidorova@aif.ru">olga.sidorova@aif.ru</a>