

The World and
BRAZIL · RUSSIA · INDIA · CHINA · SOUTH AFRICA

BRICS

BUSINESS MAGAZINE

журнал для лидеров



МедиакиТ

Что такое BRICS Business Magazine



Журнал, адресованный глобальным инвесторам, бизнесменам, политикам и экспертному сообществу. Выходящее четыре раза в год деловое и гуманитарное издание о быстроразвивающихся рынках, объясняющее, **как понять другого**. Цель проекта – наладить прямой обмен информацией между странами БРИКС и другими emerging markets.

BRICS Business Magazine – журнал для медленного чтения, который заполняется не по неизменному набору рубрик, а по темам. В нем публикуется (без учета отдельных исключений) три основных типа материалов:

- эссе и колонки, соответствующие условным разделам «мнения» и «рекомендации»
- индексы, рейтинги и рэнкинги
- интервью и бизнес-истории

Отраслевые и событийные проекты, а также инвестиционные путеводители публикуются в виде специальных приложений.

Председатель Редакционного совета BRICS Business Magazine – Рубен Варданян.

Происхождение идеи

Идея проекта – создать журнал, а в дальнейшем медиаплатформу для развивающихся рынков. И что еще более важно – сделать издание, принципиально поддерживающее эти рынки. Концепция основывалась на проведенном исследовании: как освещается тема emerging markets в мировых СМИ. Изучив вопрос, мы пришли к двум основным выводам.

1 Не существует ни одного значимого медиапроекта, целиком сфокусированного на вопросах emerging markets. Крупные деловые издания, такие как The Economist, Financial Times или Wall Street Journal, регулярно пишут о тех или иных странах этой группы, но речь всегда идет лишь об отдельных материалах или в лучшем случае специальных приложениях и блогах на сайтах. Системно рассматривать БРИКС и другие развивающиеся рынки как целостное явление готовы только бизнес- и аналитические структуры, не выпускающие журналов. Отсюда привычные искажения и путаница в описаниях проблемы, которые необходимо снять.

2 Второй вывод касается круга экспертов по этой теме. Подавляющее большинство представленных в мировых СМИ специалистов по emerging markets находятся в Европе или США. Комментарии по Индонезии в американском издании почти всегда будет давать американец, а не индонезиец. Внешняя оценка доминирует над внутренней, и до сих пор Бразилия, Россия, Индия, Китай и ЮАР, равно как и другие страны развивающихся рынков, не имели медиаканала, соединяющего их собственный взгляд на вещи.

Почему BRICS

Экс-глава **Goldman Sachs Asset Management** Джим О'Нил объединил четыре самые большие развивающиеся экономики Бразилию, Россию, Индию и Китай в аббревиатуру БРИК еще в 2001 году в докладе «**Building Better Global Economic BRICs**». С тех пор это слово проделало эволюцию от инвестиционной идеи до геополитической реальности.

Первоначальный смысл указывал на совершающийся сегодня постепенный переход влияния от развитых экономик к развивающимся. О'Нил обращал внимание на то, что к 2027 году совокупный ВВП стран БРИК превзойдет ВВП «Большой семерки».

С присоединением Южной Африки БРИК превратился в **БРИКС** и окончательно оформился в политико-экономический клуб, предлагающий международному сообществу свою собственную повестку и защищающий интересы нескольких десятков других развивающихся рынков.

Реальное влияние БРИКС на мировую экономику и тот факт, что само слово стало синонимом **high growth markets**, подсказали нам правильный вариант названия журнала. Сегодня BRICS – это хорошо известный, понятный и уважаемый международный бренд, не требующий дополнительных разъяснений. Он апеллирует не только к пяти конкретным государствам, но и ко всем остальным развивающимся странам.

В ближайшее время доля БРИКС в мировой экономике и пространстве может стать еще больше после того, как еще шесть государств – Аргентина, Египет, Эфиопия, Иран, Саудовская Аравия и Объединенные Арабские Эмираты – получили официально приглашение стать полноправными членами организации с 1 января 2024 года.

О чем пишет BRICS Business Magazine

 BRICS Business Magazine находится внутри развивающегося мира и способен эффективно извлекать из него новые знания. Содержание журнала лучше всего описывается девизом: «Bridging communities. Guiding Investors. Leading Nations».

Bridging Communities (Объединяя сообщества)

БРИКС – это сообщества людей, объединенных различными целями и интересами, которые являются главным генератором идей, смыслов, социальных, культурных и экономических трендов, напрямую влияющих на мировую повестку дня. Журнал – место встречи представителей деловых и профессиональных сообществ БРИКС, где они получают весь спектр существующей практики, делятся опытом решения проблем и создают контуры нового постзападного мира в социальных и бизнес-репортажах, кейсах, интервью и колонках.

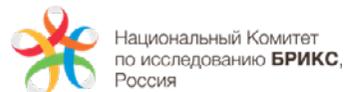
Guiding Investors (Помогая инвесторам)

БРИКС – наиболее перспективная и динамично развивающаяся часть мировой экономики. Журнал – площадка, обеспечивающая современного глобального инвестора всеми необходимыми сведениями о целевых рынках и навыками правильно понимать, предсказывать и действовать в незнакомой среде. Реальный опыт выхода на новые рынки, описания страновой и региональной специфики, советы инсайдеров, подсказки членов правительств позволят принимать наиболее взвешенные, информированные, а следовательно, максимально эффективные, инвестиционные решения.

Leading Nations (Направляя нации)

БРИКС – передовой клуб стран развивающегося мира, готовый менять глобальную финансовую архитектуру, заниматься вопросами глобальной безопасности и претендующий на роль, которая бы адекватно отражала его всевозрастающую экономическую мощь. Журнал – площадка, на которой в интервью и статьях ведут дискуссию политики и их ближайшие советники, глобальные и локальные think tanks и авторы фундаментальных трудов о судьбе стран и цивилизаций.

Аналитическая поддержка и партнеры



На каких языках выходит BRICS Business Magazine

С 2012 года издаются английская и русская версии журнала. В ближайшее время к ним добавятся китайская, португальская и испанская. Основным международным вариантом и ядром проекта станет англоязычный BRICS Business Magazine. Журналы для России, Китая, Бразилии, Африки будут отличаться друг от друга, но иметь единую структуру и общий набор ключевых материалов, переведенных из английской версии.

Аудитория

Точное представление о читателях журнала можно получить, посмотрев на список участников Давосского форума. В России аудитория BRICS Business Magazine – это аудитория Петербургского международного экономического форума.

Аудиторию можно разделить на три основные части:

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ДЕЯТЕЛИ,
представляющие страны
с быстрорастущими экономиками,
желающие высказать свою точку зрения
по важнейшим вопросам повестки дня
БРИКС и быть услышанными в этих
странах и во всем остальном мире.

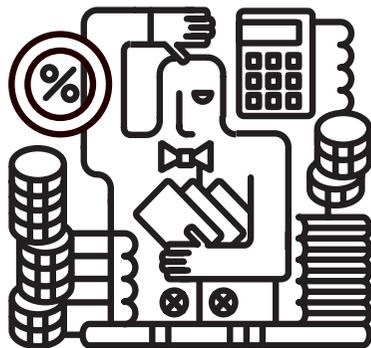
**ГЛОБАЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ,
РУКОВОДИТЕЛИ КОРПОРАЦИЙ**
и новые предприниматели,
ищущие точки роста.

ЭКОНОМИСТЫ и ПОЛИТОЛОГИ,
занятые описанием текущей
ситуации и выявлением
трендов.

География и портрет аудитории

География

Россия	68%
Китай	12%
Бразилия	4%
Казахстан	4%
Индия	6%
ЮАР	6%



Пол

Мужчины	66%
Женщины	34%

Возраст

30–44 года	28%
45–55 лет	61%
Старше 55 лет	7%

Род деятельности

Инвесторы и предприниматели (владельцы бизнесов, топ-менеджеры, руководители инвестфондов)	64%
Представители экспертного и академического сообществ (ученые, преподаватели бизнес-школ, политические и бизнес-консультанты, деятели культуры, журналисты)	17%
Государственные деятели (члены президентских администраций и правительств, главы посольств, главы регионов, мэры)	14%

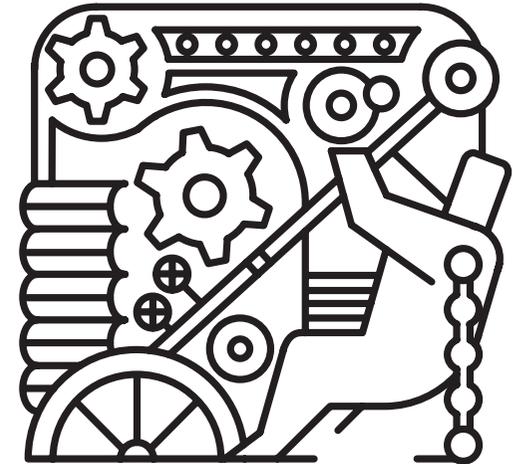
Финансовый статус

Сверхобеспеченные	68%
Обеспеченные	32%

Периодичность и тираж

В 2024 году журнал выходит три раза и приурочен к крупнейшим экономическим и политическим событиям: от Саммита БРИКС до Петербургского международного экономического форума.

Тираж каждого номера BRICS Business Magazine составляет от 21 000 до 25 000 экземпляров (отдельно для английской и русской версий) в зависимости от масштаба форумов, на которых он представлен.



Дистрибуция

Гарантированная доставка журнала представителям целевой аудитории обеспечивается пятью ключевыми каналами распространения:

- 45%** Подписка и адресная рассылка (по контактам Председателя Редакционного совета Рубена Варданяна)
- 39%** Международные деловые форумы (представлены подробнее на следующей странице)
- 7%** Международная школа управления СКОЛКОВО
- 7%** 5-звездочные отели в России
- 2%** Другие каналы

Информация об издании

ГРАФИК ВЫХОДА В 2024 ГОДУ

НОМЕР	СДАЧА МАКЕТОВ	ВЫХОД В СВЕТ
№1	17 мая 2024	31 мая 2024
№2	9 августа 2024	23 августа 2024
№3	6 декабря 2024	20 декабря 2024

ЦЕНЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ*

- 1/1 полоса.....860 000 руб.
- 1/1 спецполоса.....1 170 000 руб.
- 1/1 полоса в первой трети.....1 060 000 руб.
- 1-й разворот.....2 190 000 руб.
- 2-й разворот.....1 760 000 руб.
- 3-й разворот.....1 600 000 руб.
- 2/1 разворот.....1 510 000 руб.
- 2-я обложка.....1 900 000 руб.
- 3-я обложка.....1 310 000 руб.
- 4-я обложка.....2 160 000 руб.

* Все цены не включают НДС 20%.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Обрезной формат издания – 200x265 мм.

На всех рекламных макетах обязательно должна быть пометка «реклама» или «на правах рекламы».

Рекламные модули принимаются в форматах TIFF и EPS.

Растровые иллюстрации в необходимом размере должны иметь разрешение не ниже 250 dpi (на обложку – 300 dpi).

Сумма красок не должна превышать 300% (330% для обложек).

Обязательно предоставление цветной распечатки рекламной публикации, подписанной в печать с указанием даты выхода в журнале. Распечатка должна соответствовать электронной версии. Цветная распечатка не является образцом цвета.

Более подробные технические требования к рекламным модулям высылаются дополнительно.



КОНТАКТЫ

+7 (495) 532 6337
 sales@bricsmagazine.com
 www.bricsmagazine.com

Mediacrat