



MEDIAKIT 2015



QUIÉNES
SOMOSFRANCESCO
GRISANTI

Hola soy Francesco Grisanti, director de Hombre Moderno, la nueva revista online dedicada al cuidado masculino que os presento en este Mediakit, y que apareció el pasado 15 de abril de 2013.

La web se dirige especialmente al público interesado en la práctica del deporte, en la vida sana y en las últimas tendencias en moda, estética, tecnología, ocio urbano y estilos de vida. El 80% de nuestros usuarios son hombres, con una edad comprendida entre los 25 y los 45 años.

La publicación, con sede en Barcelona, se estructura actualmente en las secciones de Fitness, Nutrición, Moda, Estética, Eros y Lifestyle. También contamos con una amplia participación en las redes sociales, como Facebook y Twitter, con HMTV para formato vídeo, y organizamos distintos eventos en los locales más prestigiosos de la ciudad, con la colaboración de importantes patrocinadores.

hombremoderno.es está en estos momentos en un proceso de crecimiento y creemos que es un buen periodo para poder colaborar conjuntamente. Tenemos un equipo humano que se compone de profesionales del periodismo y del marketing, así como especialistas en las distintas áreas que elaboran contenidos propios a diario.

Espero que podáis conocernos y contempléis esta revista como un nuevo referente en las acciones de vuestras empresas.

Un cordial saludo.





LAS MEJORES
REBAJAS
ONLINE





DISCOVER >

HOME ACTUALIDAD PORTADAS FOTOS **FITNESS** NUTRICIÓN ESTÉTICA MODA LIFESTYLE EROS

Ganar músculo Perder grasa Deportes Comprar suplementos



Ford Mustang GT
El legendario modelo americano llega por fin a España

1 2 3 4 5



MYPROTEIN
FUEL YOUR AMBITION

COMPRAR

FITNESS



ENGÁÑCHATE AL 'STREET BASKET'

NUTRICIÓN



CINCO MITOS SOBRE LAS HAMBURGUESAS

Grasa localizada. Líbrate

Eliminala en una sola sesión con Hidrolipoclasia ultrasónica.

>

MYPROTEIN
FUEL YOUR AMBITION

hm ACTUALIDAD



MODA
Tess Munster, la supermodelo de 120 kilos



MOTOR
¿Cuánto te darían por tu coche?

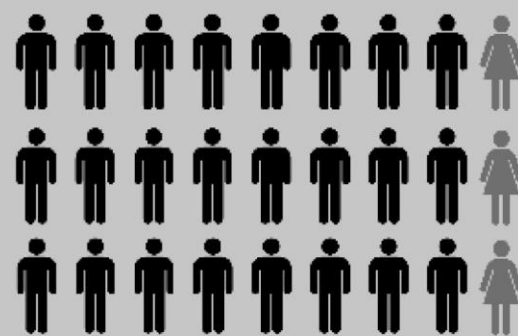


SEXO
La postura sexual más peligrosa



MODA
Y Miss Universo 2014 es... ¡colombiana!

TARGET PÚBLICO



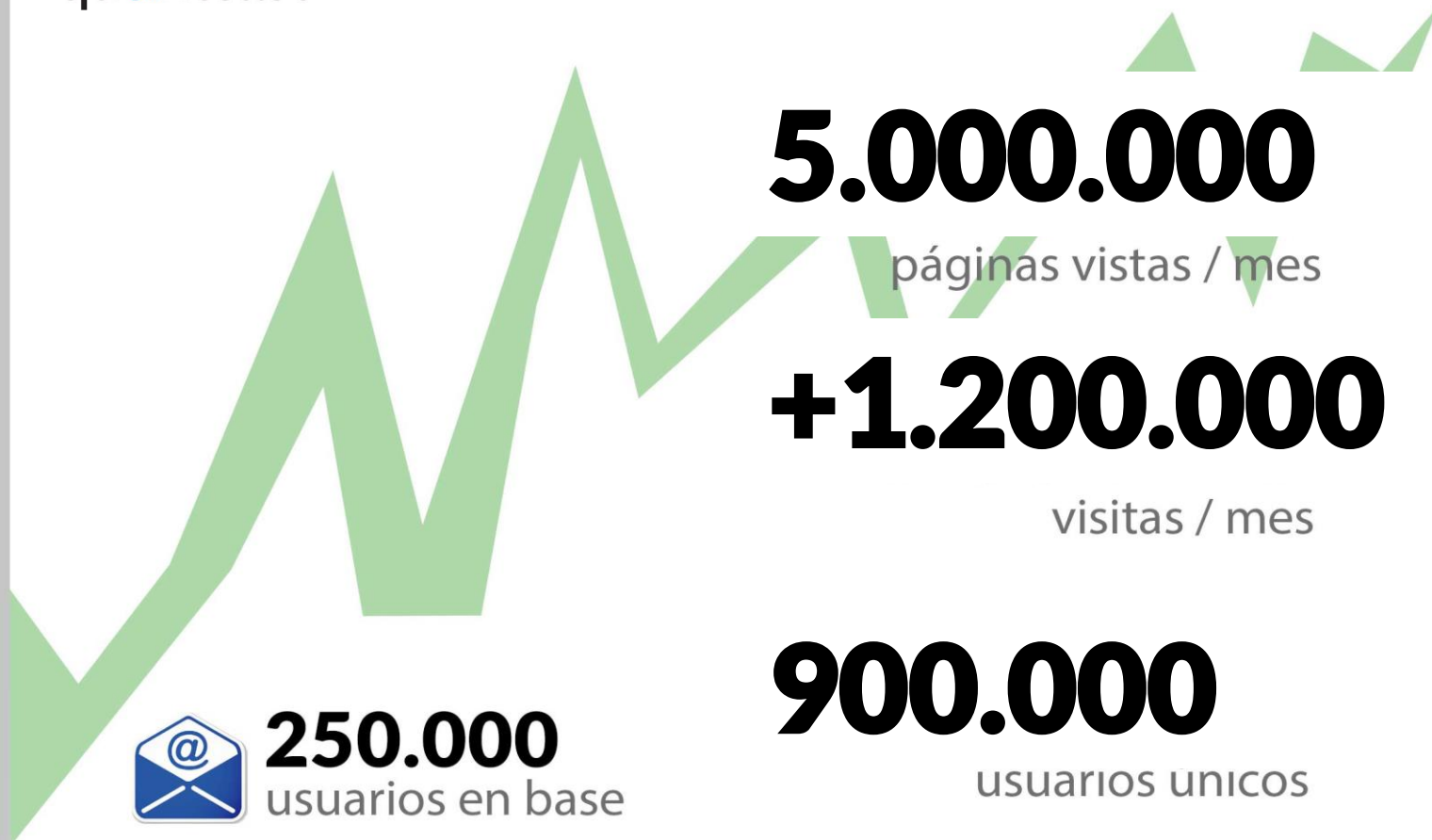
HOMBRES

80%



25 / 45 años

INTERESES: DEPORTE, MODA, ESTÉTICA,
TECNOLOGÍA, OCIO URBANO Y ESTILOS DE VIDA

MÉTRICAS
WEBqu^xntcast En el top100 de sites ES de Quantcast

10.000.000
impresiones publicitarias

900.000
usuarios unicos

5 páginas / visita

+170.000
seguidores en Facebook
La mayoría de España

▶ **SEGUNDA Revista Masculina en Fb, después de Men's Health**

SECCIONES



- Ganar músculo
- Perder grasa
- Deportes
- Comprar suplementos



- Controlar tu peso
- Adelgazar
- Alimentos y suplementos
- Comprar suplementos



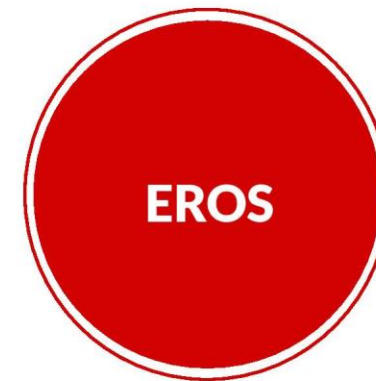
- Cuidado personal
- Tratamientos estéticos
- Tecnología estética
- Medicina estética



- Tendencias
- Ropa y calzado
- Accesorios
- El look de la semana



- Ocio urbano
- Tecnología
- Motor
- Trabajo y formación



- Sexo
- Salud sexual
- El Diario de Dana

CONTENIDOS



FITNESS



POTENCIA TODO TU CUERPO



El entrenamiento perfecto



Esquí y snowboard

NUTRICIÓN



BEBIDA RELAJANTE O MOTIVANTE



Errores en la dieta



Frutas para perder peso

ESTÉTICA



CUIDADOS BÁSICOS POST-VERANO



Cómo lucir tu barba



Depilación masculina

CONTENIDOS



MODA



RELOJES: EL IWC PORTUGUESE



20 años de Gel-Kayano



Abrigos de 'gentleman'

LIFESTYLE



BMW HÍBRIDO i8



Mobile World Congress (7)



Cine: 'Monuments Men'

EROS



¿CÓMO DUERMES CON TU PAREJA?



Amor.com



Ellas de noche, ellos de día

PUBLICIDAD & BRANDED CONTENT



Hombre Moderno dispone de distintos espacios, formatos y secciones donde ubicar su contenido y marca. Según los objetivos de cada cliente buscamos la mejor estrategia de difusión para lograr el mayor alcance basándonos en el target objetivo al cual queremos impactar en función de sus intereses.

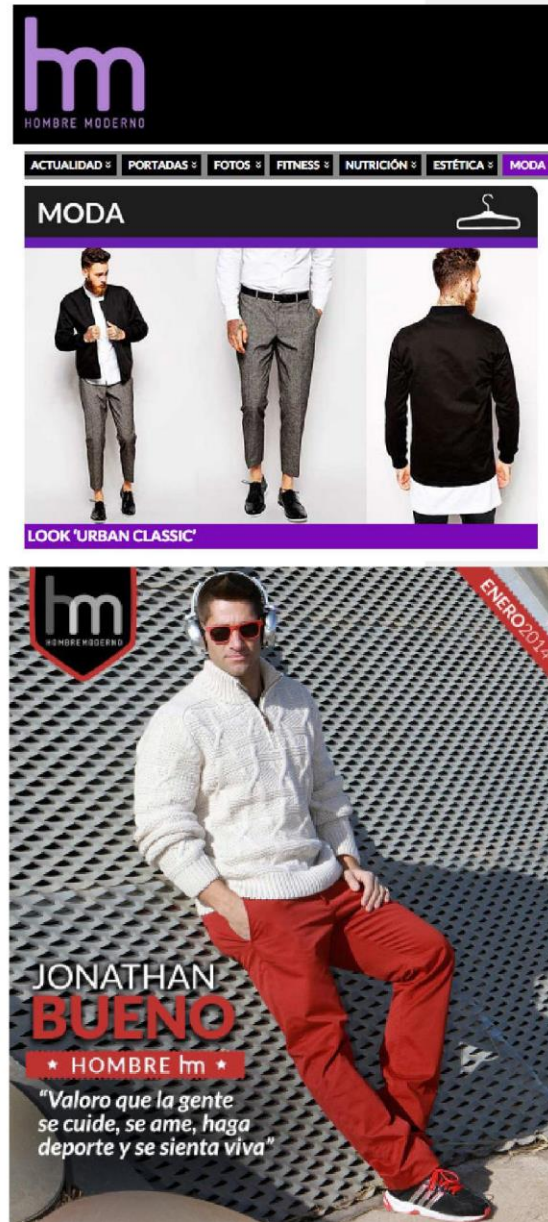
- ✓ PORTADAS (MODELO DEL MES)
- ✓ PRODUCT PLACEMENT
- ✓ BANNERS
- ✓ PUBLIRREPORTAJES
- ✓ REDES SOCIALES (POSTS, SORTEOS...)
- ✓ SECCIONES PATROCINADAS
- ✓ PATROCINIOS DE EVENTOS

Multipacks especiales para agencias y empresas
en función del volumen contratado

PORTADAS



PRODUCT PLACEMENT



ACCIONES

- Galería fotográfica con modelos de HM o de su propia empresa
- Vídeo del 'making of' de la sesión
- Inserción de catálogos en la web enlazando los productos a la tienda de su empresa
- Apoyo comercial a través de publirreportajes en la web y posts en las redes sociales

PRODUCT PLACEMENT

Han confiado en este formato:

H.I.E.
BY MANGO


FRED PERRY

LLONGUE
RAS


MACSON

G-STAR RAW

chic&basic®

Agilvy

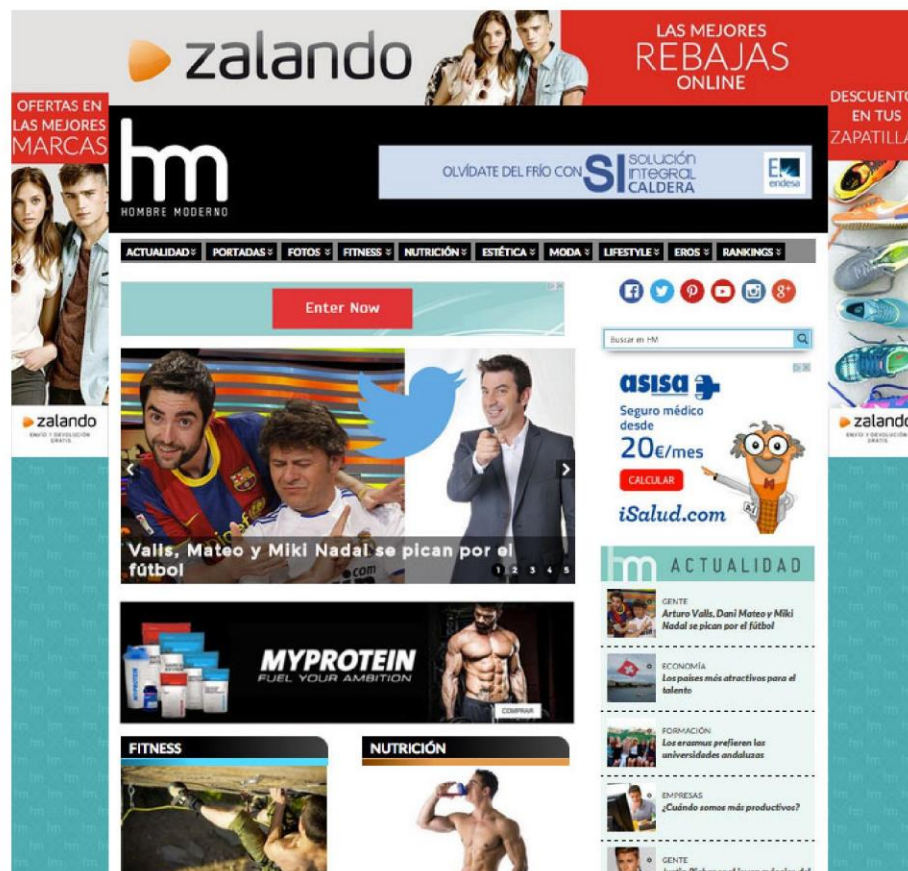
Woodys
B A R C E L O N A


wandy
BARCELONA

SONY

hm
HOMBRE MODERNO

BANNERS



FORMATOS

LEADERBOARD (728X90)

Varias ubicaciones: encabezado, pie de página o artículo

MEDIO-BANNER (234X60)

Ubicación disponible: lateral

BANNER (336X280)

Ubicación disponible: lateral y centro homepage, lateral

BANNER (300X250)

Ubicación disponible: lateral

SKYSCRAPER VERTICAL (160X600)

Ubicación disponible: lateral artículo

Formatos especiales:

SPECIAL HOME (745X200)

Ubicación disponible: destacado en la homepage

AD SKIN (1180x160, 160x768)

Fondo de página

Peso máximo: 30 kb

Modelo de pago a CPM a partir de 2 €(*)
Posibilidad de segmentación adicional.
Informes de campañas y sugerencias de optimización

Disponibles otros formatos y también para **app y versión móvil**

*Precio válido a partir de 100.000 impresiones en ROS (Leaderboard + banner)

BANNERS

MEDIAKIT 2015

hm
HOMBRE MODERNO

'SILICON VALLEY', HUMOR GEEK 3.0

¿Hablas idiomas?
¡Empezamos!



¡Descubre el
placer de
aprender!

Por [Javier Domínguez](#)

Etiquetas: [cultura](#), [entretenimiento](#), [ocio](#), [series](#), [televisión](#)

YOOX.COM

-38%



YOOX.COM

Sneakers & Deportivas

66 €

Shop now

El mundo de las empresas tecnológicas que se ha desarrollado en los últimos años en **Silicon Valley** es sin duda una cosa digna de estudio. Con el tiempo se ha convertido en una especie de urbanización de nerds millonarios de lo más estrafalarios que van en bicicleta, se ponen de tofu hasta las orejas y juegan al fútbol en la sala de juegos de la empresa de turno.

Pues precisamente de esto va esta serie, una hilarante comedia que refleja con humor y unas buenas dosis de sarcasmo este mundo entre naif y enfermizo que se ha desarrollado en este singular valle colindante con **San Francisco**.

La eterna burbuja que vive el sector de las **apps** y demás tecnológicas ha creado un submundo habitado por millonarios imberbes que no saben cómo gastarse el dinero que facturan sus algoritmos informáticos de dudable rentabilidad. Fiestas de lo más freak con leones y zumos de zanahoria, automóviles autónomos que circulan por impolutas urbanizaciones cuyo precio por metro cuadrado sube imparablemente al ritmo de las acciones de sus convecinos.

Entre esta marisma de personajes singulares destaca nuestro protagonista, **Richard Hendriks**, un jovencuelo que cree haber encontrado la aplicación definitiva para música pero que en realidad ha descubierto un algoritmo de compresión de archivos revolucionario.

Las buenas ideas en **Silicon Valley** están muy buscadas y casi al instante, dos de los millonarios y **business angels** más famosos del valle se lanzan sobre el tímido nerd.

Gavin Belson vendría a ser el propietario de una especie de **Google** un tipo ultramillonario que se dedica a comprar ideas a golpe de talonario y que no le tiembla la mano a la hora de añadir ceros a su oferta. Le llegará a ofrecer una millonada por su idea. Pero en el otro lado está otro tipo de millonario, **Peter**

Gregory, si bien aún más estrambótico que el anterior pero con un perfil más parecido a **Steve Jobs**, le ofrecerá a **Richard** una pequeña cantidad por el 5% de su empresa y le ayudará a crear su propia compañía y a desarrollar su idea.

Tras muchos vómitos nerviosos y dudas existenciales, **Richard** se decide por la opción más arriesgada y a la vez más estimulante. Montará su propia empresa en la casa en la que vive, una especie de incubadora de talentos dirigida por un personaje que parece salido de **American Pie** y que también obtuvo su pequeño trocito del pastel de la burbuja tecnológica años atrás con una idea que le compraron y de la que se jacta hasta la extenuación y el hilarismo.

Junto a dos compañeros con un perfil **freak** prototípico, un canadiense satánico y burlón y un indio con terribles problemas de autoestima, formarán una de las empresas más patéticas que

Esta hilarante comedia refleja con humor y sarcasmo este mundo entre naif y enfermizo que se ha desarrollado en el valle



VENTAJAS DE UNA CAMPAÑA DE BANNERS

- Target: 80% hombres, de 25 a 45 años
- Nivel económico: Medio Alto-Alto
- ROS o emplazamientos fijos
- Posibilidad de segmentación y otros formatos
- Seguimiento y optimización de campañas
- Posibilidad de diseño de banners
- Consultar precios y condiciones

BRANDED CONTENT



MEDIAKIT 2015

The screenshot shows the homepage of the 'Hombre Moderno' website. At the top is the 'hm' logo with 'HOMBRE MODERNO' underneath. A navigation bar contains links: ACTUALIDAD, PORTADAS, FOTOS, FITNESS, NUTRICIÓN, ESTÉTICA (highlighted in yellow), and MODA. Below the navigation bar is a large banner for 'ESTÉTICA' featuring a stylized 'W' graphic with two bottles of 'DERCOS NEOGENIC' hair product and a close-up of a man's face. The headline reads 'DERCOS NEOGENIC, EL FUTURO DEL CABELLO COMIENZA HOY'. Below the banner, there is a byline 'Por Redacción' and tags 'Etiquetas: alopecia, cabello, estética, dermatología, estética'. The main text discusses hair loss, mentioning that men are increasingly concerned with their appearance and that hair loss is a common issue. It also mentions a survey showing that hair loss is a major concern for men. A small box on the right side of the article contains a quote: 'El tratamiento de reactivación capilar consiste en despertar los bulbos dormidos, con lo que se logra reactivar el crecimiento del cabello'.

PUBLIRREPORTAJE

- Texto: Hasta 700 palabras
- Inclusión de fotos y vídeos
- Publicación destacada en la home de la web
- Links directos y trackeados a la web de su empresa
- Apariencia de contenido editorial firmado por 'Redacción'
- Elaboración de informes de seguimiento para medir la eficacia de la publicación
- Asesoría editorial para conectar mejor con el target
- Difusión en redes sociales

REDES SOCIALES



SEGUNDA Revista Masculina en Fb, después de Men's Health y antes de GQ y Esquire

- Sorteos y juegos virales personalizados para captación de bases de datos
- Posts patrocinados y otros formatos

hm
HOMBRE MODERNO

¿TODAVÍA NO TE HAS PASADO AL READER?

SONY
make.believe

Gana este magnífico reader PRS-T3 de Sony y empieza a disfrutar de esta nueva tecnología. * Leer bases del concurso

¡GANA ESTE FANTÁSTICO E-READER DE SONY!

Marcas que han confiado en este formato:



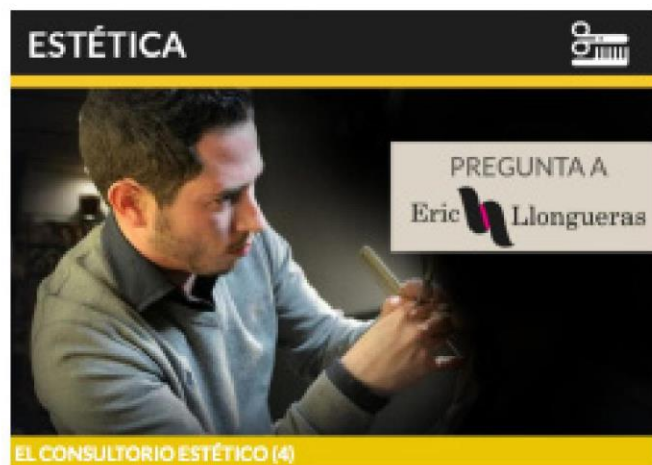
SONY



BRANDED CONTENT



PATROCINIOS SECCIÓN



El cliente puede tener una sección patrocinada para su propio contenido relacionado y enlazarla con su web y redes sociales.
Ideal para empresas multiproducto que necesitan comunicarse constantemente con los usuarios.

EVENTOS HOMBRE MODERNO



La revista celebra puntualmente eventos donde el anunciante puede complementar su campaña online con el patrocinio del evento

POSIBILIDADES:

- Logo en cartelería y comunicación asociada
- Roll ups y Photocalls
- Sampling y azafatas
- Sorteos y concursos
- Patrocinio de producto
- Apoyo redaccional

CONTACTO STAFF



CONTACTO COMERCIAL

Tel. (+34) 93 176 50 17 / (+34) 697 907 758
comercial@hombremoderno.es
c/Ronda Sant Pau, 39, 2-1
08015 – Barcelona

EQUIPO DIRECTIVO

YANNA STEFANU
ANTONIO VALDIVIA

CEO

FRANCESCO GRISANTI
francesco@hombremoderno.es

COO Y DIRECTOR EDITORIAL

MARCEL LLEVAT / Tel. (+34) 679 741 446
marcel@hombremoderno.es