

GQStyle

ИНФОРМАЦИЯ О ЖУРНАЛЕ / MEDIA INFORMATION

2009

GQ STYLE IS FIRST-HAND INFORMATION ON FASHION TRENDS ALL OVER THE WORLD PRESENTED BY THE BEST STYLISTS

Русская версия GQ STYLE – новое слово на российском рынке глянцевого изданий. Впервые мужская мода обретает собственную законную территорию, не являясь более приложением к блоку статей об успешной карьере, способах достижения оргазма и критике действующей власти. Перефразируя Франца Беккенбауэра, можно сказать, что мода – самая существенная из несущественных вещей. Являясь отображением внутреннего мира человека, она так или иначе влияет на все, что мы делаем. GQ Style – это срез самого нового, необычного и неожиданного, что каждый день появляется вокруг нас. Это каталог практических рекомендаций, которые помогут в любой ситуации – собираетесь ли вы на торжественный ужин, премьеру или в экстремальное путешествие. GQ Style – это самые свежие данные о моде со всего мира и актуальные тенденции глазами лучших стилистов. В рубрике TOP – подробный и внимательный разбор конкретных предметов мужского гардероба. Мы постараемся уделить внимание наиболее важным аспектам внешнего облика мужчины и надеемся, что GQ Style станет для читателей практическим руководством к действию.

Russian GQ STYLE is a new statement in the Russian glossy magazine market. At last men's fashion finds its own legal territory instead of being a mere supplement to a set of articles about a successful career, ways to achieve orgasm and critique of the current government. Paraphrasing Franz Beckenbauer, fashion is the most essential of the things unessential. Reflecting on a personality it affects everything we do one way or another. GQ Style is a sample of the newest, most unusual and unexpected happening around us. It's a catalogue of practical advice helpful in any situation, would it be attending a black-tie event, a premier or travelling to an exotic location. GQ Style is first-hand information on fashion trends all over the world presented by the best stylists. The TOP section examines in detail specific pieces of a man's wardrobe. We will make sure that all aspects of a man's look are covered in the magazine and we hope that GQ Style will become a practical guide for its readers.



фото: Алексей Колпаков

ПРОФИЛЬ ЧИТАТЕЛЯ

READERS PROFILE

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ **GQ STYLE**:

Средний возраст читателя - 26 лет

Возраст:

20-24 – 36,1%
25-34 – 34,6%
35-44 – 11,8%
Остальные – 17,5%

Доход:

Выше среднего – 71%
Средний – 24%

Профессиональный статус:

Руководители, специалисты, служащие – 59%

Читатели **GQ Style** – это те, кто раньше других улавливает новые тенденции и следует им.

- GQ Style - путеводитель по моде и стилю.....85,1%
- GQ Style воспитывает чувство вкуса и стиля..81,8%
- Материалы в GQ Style всегда актуальные и интересные.....75,7%
- В GQ Style можно увидеть материалы, которые не встретишь ни в одном другом журнале.....69,6%

Использование рекомендаций журнала GQ Style:
95,6% читателей пользуются рекомендациями журнала

- Как лучше носить/сочетать вещи.....83,5%
- Какую купить одежду/обувь.....56%
- Какие покупать аксессуары.....41%
- Какую косметику и парфюмерию выбрать.....46%
- Рекомендации по посещению магазинов.....69,6%

Источник: Исследование читательской аудитории журнала GQ Style, Enterprise.net, сентябрь 2008 года.

GQ STYLE TARGET GROUP:

Average age - 26 years old

Age:

20-24 – 36,1%
25-34 – 34,6%
35-44 – 11,8%
The rest – 17,5%

Income

Above average – 71%
Average – 24%

Professional status:

Top management, experts, clerks – 59%

GQ Style readers are the first to catch the latest trends and follow them.

- GQ Style is a guide in fashion and style.....85,1%
- GQ Style develops a sense of taste and style.....81,8%
- Materials in GQ Style are always actual and interesting.....75,7%
- GQ Style contains exclusive information which cannot be find in any other magazine.....69,6%

Following GQ's recommendations:
95,6% of readers follow GQ's recommendations

- How to match/wear clothes83,5%
- What clothes/footwear to buy56%
- What accessories to buy41%
- What make-up and perfume to choose46%
- What stores to visit21,5%

Source: GQ Style readership research, Enterprise.net, September 2008



фото: Joshua Jordan

РЕДАКЦИОННОЕ СОДЕРЖАНИЕ

EDITION CONTENTS

MUST HAVE – главные тренды сезона (силуэты, ткани, цвета)

OFFICE – все, что нужно иметь в гардеробе работающему мужчине (костюмы, рубашки, галстуки, ботинки, запонки, часы, портфели)

SPORT & LEASURE – полный набор экипировки для занятий спортом и активного времяпрепровождения (одежда для спорта и путешествий, снаряжение и груминг, багаж)

INSIDE – обзорные материалы мира мужской моды, интервью с дизайнерами, авторитетные мнения профессионалов индустрии класса люкс

PREVIEW – краткий обзор основных трендов следующего сезона

Plus эксклюзивные репортажи из столиц мировой моды, занимательные подробности индустрии товаров класса люкс для мужчин, истории моды глазами лучших стилистов GQ и объективами ведущих фотографов мира.

MUST HAVE – main trends of the season (silhouettes, fabrics, colours)

OFFICE – everything what a businessman should have in his wardrobe (suits, shirts, ties, boots, cuff links, watches, briefcases)

SPORT & LEASURE – full equipment for training and active time spending (clothes for sport and travelling, accoutrements and grooming, luggage)

INSIDE – review materials from the world of men's fashion, interviews with the designers, authoritative opinions of professionals from the luxury industry

PREVIEW – short review of basic trends of the following season

PLUS exclusive reports from capitals of world fashion, on amusing details about luxe class goods industry, on fashion history viewed by the best GQ stylists and through the lens of the world best photographers.

фото: Владимир Глынин



РАСПРОСТРАНЕНИЕ DISTRIBUTION



Тираж / Circulation – 100 000

Периодичность выхода – дважды в год: весна, осень
Publication frequency – twice a year: spring, autumn



φωτο: Andrea Klarin

РАСЦЕНКИ RATES

	руб.		rub
Страница.....	290 000	Full page.....	290 000
Разворот.....	580 000	Spread	580 000
1-й разворот.....	800 000	1st spread	800 000
2-й разворот	720 000	2nd spread	720 000
3-й разворот	690 000	3rd spread	690 000
Развороты до рубрики Top Detail.....	650 000	Spread before Top Detail	650 000
Разворот в рубрике Top Detail.....	610 000	Spread in Top Detail	610 000
Полоса до рубрики Top Detail.....	400 000	Single position before Top Detail.....	400 000
Полоса в рубрике Top Detail.....	330 000	Single position in Top Detail.....	330 000
1/2 страницы.....	215 000	1/2 page.....	215 000
1/3 страницы.....	145 000	1/3 page	145 000
4-я страница обложки.....	700 000	4th cover	320 000
Гейтфолдер.....	1 350 000	Gatefolder	1 350 000

Цены на размещение в журнале дополнительных рекламных материалов (вкладок, саше, образцов продукции и др.) и рекламных публикаций типа promotional advertorials определяются в каждом конкретном случае отдельно.

Все расценки на рекламу даны без учета НДС. Скидка для рекламных агентств – 15%. 100%-ная предоплата до даты публикации.

** Издатель сохраняет за собой право переноса первого разворота в случае подтверждения гейтфолдера. Подтверждение специальных позиций должно быть осуществлено на 10 дней раньше, чем подтверждение регулярных позиций. Все цены указаны в рублях.*

Производственное расписание:

Март 2009

Подтверждение рекламного места.....30 января 2009
Предоставление материалов.....6 февраля 2009

Сентябрь 2009

Подтверждение рекламного места.....24 июля 2009
Предоставление материалов.....31 июля 2009

Любые изменения в производственном расписании будут сообщены как минимум за 2 месяца до официальной даты закрытия оговариваемого номера.

Prices to locate additional advertising materials (inserts, sachets, product samples) and publicities such as promotional advertorials in the magazine are determined separately for each case.

All advertising rates do not include VAT costs. Discount for advertising agencies – 15%. Prepay 100% before publication date.

** The publisher reserves the right to withdraw the reservation of first spread if a cover-gate-folder booking has been made. All the special positions have to be confirmed 10 days before the booking deadline. All prices are in roubles.*

Advertising deadlines:

March 2008

Advertising Sales Deadlines.....30 January 2009
Materials Deadline.....6 February 2009

September 2008

Advertising Sales Deadlines.....24 July 2009
Materials Deadline.....31 July 2009

Advertisng deadlines change announcements will be made at least two months in advance of the closing date of the issue affected.



фото: Arnaldo Anaya-Lucca

КОНТАКТЫ CONTACTS

РЕКЛАМНЫЙ ОТДЕЛ:

Издатель:

ДМИТРИЙ КРЕСЛАВСКИЙ
dkreslavskiy@condenast.ru

Директор по рекламе:

ИРИНА ЕЛИЗАРОВА
ielizarova@condenast.ru

Менеджеры по рекламе:

ЕКАТЕРИНА БИБЛОВА
kbiblova@condenast.ru

МАРИАНА ПЕТРОВА
mpetrova@condenast.ru

ДМИТРИЙ ЯШИН
dyashin@condenast.ru

Младший менеджер по рекламе:

АННА РЕБИКОВА
arebikova@condenast.ru

Координатор рекламного отдела:

ФЛОРА ЕМЕЛЕЕВА
femeleeva@condenast.ru

Condé Nast Россия

125009, Россия, Москва, Б. Дмитровка, 11, стр. 7,
тел.: (495) 745 55 65; факс: (495) 745 86 25

Представитель в Италии

Oberonmedia s.r.l., Angelo Careddu
18, via Andegari, 20221 Milano, Italy
tel.: (39) 02 87 45 43, fax: (39) 02 87 64 58

ADVERTISING TEAM:

Publisher:

DMITRIY KRESLAVSKIY
dkreslavskiy@condenast.ru

Advertising Director:

IRINA ELIZAROVA
ielizarova@condenast.ru

Advertising Managers:

EKATERINA BIBLOVA
kbiblova@condenast.ru

MARIANA PETROVA
mpetrova@condenast.ru

DMITRIY YASHIN
dyashin@condenast.ru

Junior Advertising Manager:

ANNA REBIKOVA
arebikova@condenast.ru

Advertising Coordinator:

FLORA EMELEEVA
femeleeva@condenast.ru

Condé Nast Russia

11, bld. 7, Bolshaya Dmitrovka, Moscow, 125009,
tel.: (+7 495) 745 55 65; fax: (+7 495) 745 86 25

Italian representative

Oberonmedia s.r.l., Angelo Careddu
18, via Andegari, 20221 Milano, Italy
tel.: (39) 02 87 45 43, fax: (39) 02 87 64 58