

## ПИСЬМО РЕДАКТОРА

Журнал GQ - это уникальный формат мужского журнала, сочетающий в себе наивысшие стандарты качества глянцевого издания и интеллектуальный потенциал репортажной и аналитической журналистики. В GQ регулярно публикуются Виктор Ерофеев, Эдуард Лимонов, Григорий Ревзин, Тони Парсонс, Марк Эймс, Дмитрий Быков, Евгений Киселев и др. Некоторые колонки наших авторов и почти каждый материал, подготовленный Ксенией Собчак и Ксенией Соколовой, расходятся в сотнях копий по интернету.

Мы сотрудничаем с лучшими отечественными и прославленными зарубежными фотографами, такими как Брюс Вебер, Терри Ричардсон, Стивен Кляйн. В последние годы редакция решила возродить традицию рисованной иллюстрации в журнале, и на сегодня мы создали впечатляющую команду художников, работающих над уникальным стилем каждого номера. Героями GQ становились представители не только шоу-бизнеса, но также политической и деловой элиты страны, такие как Рамзан Кадыров, Аркадий Дворкович, Наталья Тимакова, Сергей Шойгу, Анатолий Чубайс, Михаил

Прохоров, Михаил Фридман, Владимир Потанин и др.

Постоянные рубрики журнала: последние новости от ведущих дизайнеров, тенденции науки, техники и культуры, гастрономические изыски и лучшие отели мира. Все это позволяет российскому изданию поддерживать высокую международную репутацию журнала, оставаться не только библией стиля и законодателем хорошего вкуса, но и осведомленным, имеющим собственную позицию собеседником для успешных и думающих людей.

Николай Усков,  
главный редактор GQ Россия

## EDITOR'S LETTER

GQ has a unique format for a men's magazine. It combines the high standards of a glossy magazine with the intellectual excellence of a reporting or analytical periodical.

GQ regularly publishes the articles of Victor Erofeev, Eduard Limonov, Grigoriy Rezhvin, Tony Parsons, Mark Aims, Dmitriy Bikov, Evgeniy Kiselev, etc. Some articles of our authors & almost every material by Ksenia Sobchak & Ksenia Sokolova are very popular in the Internet.

We work with the best photographers from our country & abroad such as Bruce Weber, Terry Richardson, Steven Klain. In recent years the editorial decided to revive the tradition of the drawn illustration in the magazine & nowadays we have a great team of artists who work on the unique style of every issue. The central figures of GQ magazine became not only the representatives of show business but also the politics & the people from the business elite of the country such as Ramzan Kadirov, Arkadiy Dvorkovich, Natalia Timakova, Sergey Shoigu, Anatoliy Chubais, Mikhail Prokhorov, Mikhail Fridman, Vladimir Potanin, etc. Our magazine regularly features the latest news from leading designers,

scientific developments, gastronomic discoveries and the best hotels in the world. All of this means that the Russian publication upholds the international reputation already established by the magazine. Russian GQ is not only the "bible of style", but also the arbiter of good taste and a well informed companion with an independent point of view, in short, an indispensable publication for successful and reflective people.

Nikolay Uskov,  
Editor-in-Chief GQ Russia



Фот. Nathaniel Goldberg

## ПОРТРЕТ ЧИТАТЕЛЯ

### СРЕДНИЙ ВОЗРАСТ ЧИТАТЕЛЯ GQ

В Москве 29 лет  
В России 28 лет

### ОБРАЗОВАНИЕ:

Высшее – 50 %

### ФИНАНСОВЫЙ СТАТУС:

Выше среднего – 63 %  
Средний – 32 %

### СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС:

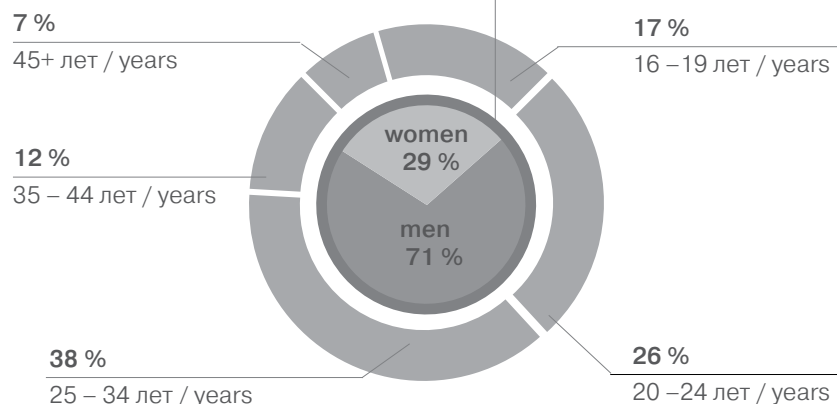
Руководители, специалисты,  
служащие – 60 %

### ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ:

38 % читателей не покупают  
никакой другой мужской журнал,  
кроме GQ

Ядро аудитории журнала – читатели в  
возрасте 25 – 45 лет, со средним до-  
ходом и доходом выше среднего.

The majority of the readership is people  
of 25 – 45 years old with average or  
above average income.



### GQ READER AVERAGE AGE

In Moscow is 29 years old.  
In Russia is 28 years old

### EDUCATION:

Higher education – 50 %

### FINANCIAL STATUS:

Above average – 63 %  
Average – 32 %

### SOCIAL STATUS:

Top managers, qualified specialists,  
white collars – 60 %

### EXCLUSIVENESS:

38 % of readers do not buy any  
other magazine for men  
but GQ

читателей имеют премиальные бан-  
ковские карточки – Gold, Platinum,  
Centurion

of the readers have VIP bank cards –  
Gold, Platinum, and Centurion

читателей живут в квартире площадь  
более 100 м<sup>2</sup>  
of the readers live in a flat the square of  
which is more than 100 м<sup>2</sup>

читателей GQ имеют загородный дом  
of GQ readers have country house

читателей GQ останавливаются в го-  
стиницах уровня 5\*  
of GQ readers stay in 5\* hotels

51,5 %

читателей путешествуют  
несколько раз в год  
of readers travel several  
times a year

44 %

читателей покупают одежду/  
обувь 1 раз в месяц и чаще  
of the readers buy clothes/shoes  
once and oftener per month

35 %

читателей имеют личного тренера  
of the readers have a personal trainer

71 %

читателей проводят свой  
отпуск за границей  
of the readers spend their  
vacation abroad

54.5 %

читателей GQ раз в год или чаще  
леляют на выходные за границу  
of GQ readers fly abroad on vacations  
once a year or even more often

16 %

читателей летают в отпуск бизнес-  
классом или частным самолетом  
of the readers travel in business  
class or use private jets

38,4 %

читателей имеют 2 и более  
машины в семье  
of the readers have two or more  
cars in the family

70,6 %

читателей покупают бытовую  
технику раз в год или чаще  
of the readers buy household products  
once and oftener per month

45.6 %

31,3 %

36 %

39,2 %



Foto: Roger Rich

## ВЛИЯТЕЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ

### ПОТРЕБЛЕНИЕ:

90 % читателей пользуются марками, рекламируемыми в журнале  
58 % читателей не изменили своего отношения к потреблению дорогих брендов в условиях финансового кризиса

### ЧИТАТЕЛИ GQ ДЕМОНСТРИРУЮТ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ЛОЯЛЬНОСТИ К ЖУРНАЛУ:

46 % читателей покупают 8 и более номеров в год  
76,1 % читателей планируют в будущем покупать 6 и более номеров GQ в год

### ВЫСОКАЯ СТЕПЕНЬ ДОВЕРИЯ К ЖУРНАЛУ GQ:

96 % читателей используют советы и рекомендации GQ

Используемые рекомендации:

Как лучше сочетать/носить вещи – 80 %

Какую купить одежду/обувь – 51 %

Какие купить аксессуары – 43 %

Какой пользоваться косметикой и парфюмерией – 51 %

Выбирают технику, рекламируемую в журнале – 34 %

Слушают музыку, о которой прочитали в журнале – 33 %

### ОТНОШЕНИЕ К РЕКЛАМЕ В ЖУРНАЛЕ:

Я всегда обращаю внимание на рекламу в GQ (77 %)

Реклама в GQ всегда красивая и стильная (86 %)

Имидж журнала GQ положительно влияет на рекламируемые в нем марки (86,50 %)

Реклама в GQ хорошо дополняет редакционные материалы (63 %)

Я доверяю марке, если она рекламируется в GQ (51 %)

Если я вижу рекламу марки в GQ, я склоняюсь к покупке товаров этой марки (43 %)

Реклама в GQ является гарантией качества товара (40,5 %)

## ALL INFLUENTIAL MAGAZINE

### CONSUMPTION:

90 % of the readers buy the brands advertised in the magazine

58 % of the readers do not change their attitude to the use of the expensive brands under the conditions of the financial crisis

### GQ READERS SHOW THE HIGH LEVEL OF LOYALTY TO THE MAGAZINE:

46 % of the readers buy 8 and more copies of the magazine a year

76,1 % of the readers plan to buy 6 and more copies of the magazine a year in the future

### TRUST OF THE READERS TO THE GQ MAGAZINE:

96 % of the readers use the advices and recommendations of GQ

Recommendations which are usually used:

How to combine/wear clothes better – 80 %

What clothes/shoes to buy – 51 %

What accessories to buy – 43 %

What cosmetics and perfume to use – 51 %

Choose the hardware advertised in the magazine – 34 %

Listen to the music he read in the magazine about – 33 %

### ATTITUDE TO THE ADVERTISEMENTS IN THE MAGAZINE:

I always pay attention to the advertisements in GQ (77 %)

The advertisements in GQ are always beautiful and stylish (86 %)

The image of GQ magazine has a positive influence on the brands advertised in it (86,50 %)

The advertisements in GQ complement the editorial materials well (63 %)

I trust a brand if it is advertised in GQ (51 %)

If I see an advertisement of a brand in GQ I tend to buy the products of the brand (43 %)

The advertisements in GQ is a guarantee of the product quality (40, 5 %)

Исследование читательской аудитории GQ, Vivacom, июль 2009

Source: GQ Readership Research, Vivacom, July 2009

## РЕКЛАМНЫЕ КАТЕГОРИИ

32 %

ОДЕЖДА И АКСЕССУАРЫ.  
FASHION & ACCESSORIES

18 %

СИГАРЕТЫ И  
АЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ  
CIGARETS & ALCOHOL

9 %

ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ  
И ЧАСЫ  
JEWELLERY / WATCHES

9 %

ТЕХНИКА /  
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА  
TECHNOLOGY /  
HOUSEHOLD

## ADVERTISING CATEGORIES

15 %

АВТОМОБИЛИ  
MOTORING

11 %

ПРОЧЕЕ  
MISCELLANEOUS

6 %

КОСМЕТИКА И ПАРФЮМЕРИЯ  
HEALTH & BEAUTY



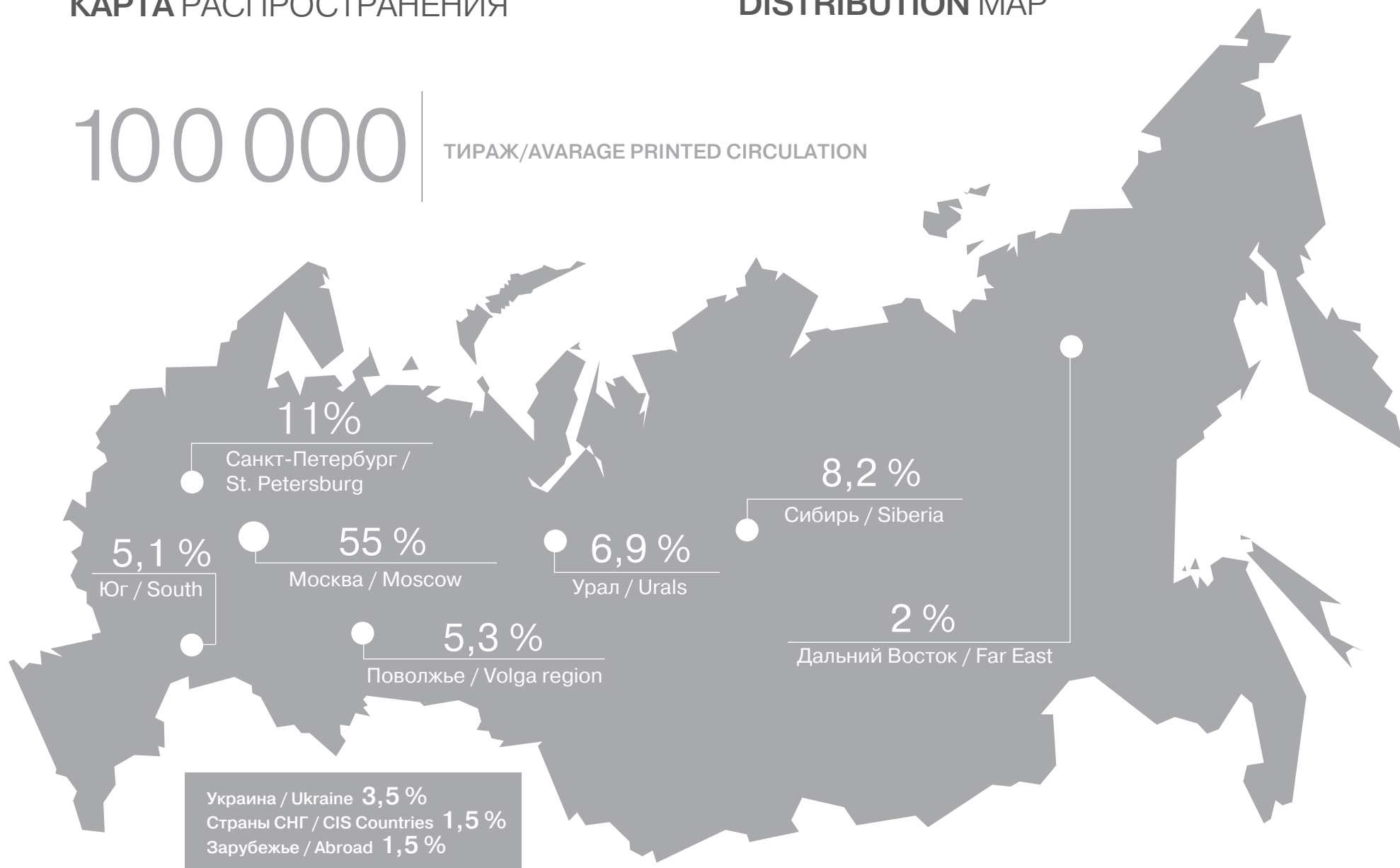
foto: Nathaniel Goldberg

# КАРТА РАСПРОСТРАНЕНИЯ

# DISTRIBUTION MAP

# 100 000

ТИРАЖ/AVARAGE PRINTED CIRCULATION







## ОСНОВНЫЕ РАСЦЕНКИ

### ВКЛАДКИ, САШЕ

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.

### ИЗМЕНЕНИЕ РАСЦЕНОК

Любые изменения расценок должны быть сообщены как минимум за 2 месяца до официальной даты закрытия оговариваемого номера.

**ВСЕ РАСЦЕНКИ НА РЕКЛАМУ ДА-  
НЫ БЕЗ УЧЕТА НДС  
СКИДКА ДЛЯ РЕКЛАМНЫХ  
АГЕНТСТВ: 15 %  
100 %-НАЯ ПРЕДОПЛАТА ДО ДА-  
ТЫ ПУБЛИКАЦИИ**

### INSERTS AND SCENTED STRIPS

Inserts and scented strips rates are available upon request.

### RATE PROTECTION

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

### ADVERTISEMENTS ARE SUBJECT TO VAT

**AGENCY COMMISSION: 15 %  
100 % PREPAYMENT IS DUE  
BEFORE EACH PUBLICATION DATE**

## GENERAL RATES

400 000	СТРАНИЦА / FULL PAGE
800 000	РАЗВОПОТ / SPREAD
1 150 000	1-й РАЗВОПОТ / 1st SPREAD
980 000	2-й РАЗВОПОТ / 2nd SPREAD
955 000	3-й РАЗВОПОТ / 3rd SPREAD
880 000	РАЗВОРОТЫ ДО РУБРИКИ «ТАД» / SPREAD BEFORE TAD
850 000	РАЗВОРОТ В РУБРИКЕ «ТАД» / SPREAD IN TAD
520 000	СОДЕРЖАНИЕ / CONTENTS
520 000	КОМАНДА GQ / GQ MASTHEAD
520 000	GQ ON-LINE
520 000	ПИСЬМО РЕДАКТОРА / EDITOR'S LETTER
470 000	РУБРИКА «ТАД» / TAD
520 000	3-я СТРАНИЦА ОБЛОЖКИ / 3rd COVER
960 000	4-я СТРАНИЦА ОБЛОЖКИ / 4th COVER
1 920 000	ГЕЙТФОЛДЕР / GATEFOLDER
300 000	1/2 СТРАНИЦЫ / 1/2 PAGE
225 000	1/3 СТРАНИЦЫ / 1/3 PAGE

\* 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.

\* 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.

«ТАД» / TAD - ТРЕНД, АРТ, ДЕТАЛИ / TREND, ART, DETAILS

## GQ STYLE ЖУРНАЛ О МУЖСКОЙ МОДЕ

### **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.

## GQ STYLE MEN'S FASHION MAGAZINE

### **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.

## РАСЦЕНКИ GQ STYLE

### ВКЛАДКИ, САШЕ

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.

### ИЗМЕНЕНИЕ РАСЦЕНОК

Любые изменения расценок должны быть сообщены как минимум за 2 месяца до официальной даты закрытия оговариваемого номера.

**ВСЕ РАСЦЕНКИ НА РЕКЛАМУ ДАНЫ БЕЗ УЧЕТА НДС  
СКИДКА ДЛЯ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ: 15 %  
100 %-НАЯ ПРЕДОПЛАТА ДО ДАТЫ ПУБЛИКАЦИИ**

### INSERTS AND SCENTED STRIPS

Inserts and scented strips rates are available upon request.

### RATE PROTECTION

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

### ADVERTISEMENTS ARE SUBJECT TO VAT

**AGENCY COMMISSION: 15 %  
100 % PREPAYMENT IS DUE  
BEFORE EACH PUBLICATION DATE**

## GQ STYLE RATES

<b>300 000</b>	СТРАНИЦА / FULL PAGE
<b>600 000</b>	РАЗВОРОТ / SPREAD
<b>810 000</b>	1-й РАЗВОРОТ / 1st SPREAD
<b>690 000</b>	2-й РАЗВОРОТ / 2nd SPREAD
<b>660 000</b>	3-й РАЗВОРОТ / 3rd SPREAD
<b>630 000</b>	РАЗВОРОТЫ ДО РУБРИКИ «ДЕТАЛИ» / SPREAD BEFORE DETAILS
<b>610 000</b>	РАЗВОРОТ В ПЕРВОЙ ТРЕТИ / SPREAD FIRST THIRD
<b>375 000</b>	СОДЕРЖАНИЕ / CONTENTS
<b>375 000</b>	GQ ONLINE
<b>375 000</b>	ПИСЬМО РЕДАКТОРА / EDITOR'S LETTER
<b>320 000</b>	ТРЕНД, АРТ, ДЕТАЛИ / TREND, ART, DETAILS
<b>320 000</b>	3-я СТРАНИЦА ОБЛОЖКИ / 3rd COVER
<b>700 000</b>	4-я СТРАНИЦА ОБЛОЖКИ / 4th COVER
<b>1 300 000</b>	ГЕЙТФОЛДЕР / GATEFOLDER
<b>215 000</b>	1/2 СТРАНИЦЫ / 1/2 PAGE
<b>145 000</b>	1/3 СТРАНИЦЫ / 1/3 PAGE

\* 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.

\* 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.



## САЙТ GQ

Сайт GQ – это ежедневное освещение всех тем, которые волнуют читателей GQ: мода и дизайн, кино и музыка, спорт и гаджеты, парфюмерия и автомобили. Это светская хроника и эксклюзивные видео с важнейших событий, авторские блоги, а также все мужские коллекции модных брендов.

### САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ РАЗДЕЛЫ САЙТА:

#### ПОДИУМ

Раздел, в котором полностью выкладываются модные показы следующего сезона – на полгода раньше, чем в журнале.

#### STREET STYLE

Стильные, модные и эксцентричные мужчины, снятые корреспондентами GQ.ru на улицах Москвы.

#### БЛОГИ

Мир глазами известных российских журналистов и редакторов журнала GQ. Здесь можно пообщаться с авторами напрямую, оставив комментарий.

## АУДИТОРИЯ / AUDIENCE SUMMARY

1 243 608

ПРОСМОТРОВ СТРАНИЦ / PAGE VIEWS

198 465

УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ / UNIQUE USERS PER MONTH

268 476

ПОСЕЩЕНИЙ / VISITS

4,63

СТРАНИЦЫ НА УНИКАЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ / PAGES PER UNIQUE USER

10 505

ПОСЕТИТЕЛЕЙ В ДЕНЬ / VISITS PER DAY

4 min.

СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ, ПРОВЕДЕННОЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ НА САЙТЕ / AVERAGE USER SESSION DURATION

Источник Google Analytics, Сентябрь 2009 / According to Google analytics, September 2009

## GQ SITE

GQ site offers daily coverage on all the subjects interesting for GQ readers – fashion, design, cinema, music, sport, gadgets, perfumes, cars. Here you can also find the reports on of Moscow high life and exclusive videos, theme blogs and complete menswear collections of top brands.

### THE MOST POPULAR SECTIONS OF THE SITE:

#### RUNWAY

All fashion shows of the forthcoming season appear on the site half a year earlier than in the magazine.

#### STREET STYLE

Moscow's hip and elegant men photographed by GQ.ru correspondents in the streets of Moscow.

#### BLOGS

GQ site blogs are written by well-known Russian journalists and the editors of GQ magazine. Users can post comments and ask blogger a question.

## Новый герой

Позднее такси, чем он, с него спешны ждут на любой дорожке. Он — главный источник энергии, звезда на красной ковровой дорожке и жемчужина роскошного салона. Новый Mercedes-Benz E-Класс Coupe — объект восторженных восхищений, он до конца не знает, что такое скука. Он идеал для тех, кто любит быть в центре внимания. Он идеал для тех, кто любит быть в центре внимания. Он идеал для тех, кто любит быть в центре внимания.

Затмить всех звезд на красной ковровой дорожке всегда значительно проще в паре. Правильно подобранный спутник — главный залог успеха.



## PROMO ОТДЕЛ

Креативная команда рекламного отдела представляет новое направление в рекламе – promotion. Эксклюзивные съемки, нестандартные макеты, оригинальные статьи – творческий подход к каждому проекту.

С нами работают лучшие российские и западные фотографы, известные стилисты и талантливые журналисты.

## PROMO DEPARTMENT

Advertising creative team presents a new trend in advertising – promotion. Exclusive photo shoots, unusual images, original texts – we approach each project creatively. The best Russian and western photographers, renowned stylist and talented journalists are working with us.

## ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ РАСПИСАНИЕ

<b>ФЕВРАЛЬ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	09 декабря 2009
Предоставление материалов	16 декабря 2009
<b>МАРТ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	15 января 2010
Предоставление материалов	22 января 2010
<b>АПРЕЛЬ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	15 февраля 2010
Предоставление материалов	19 февраля 2010
<b>МАЙ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	16 марта 2010
Предоставление материалов	23 марта 2010
<b>ИЮНЬ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	13 апреля 2010
Предоставление материалов	20 апреля 2010
<b>ИЮЛЬ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	18 мая 2010
Предоставление материалов	25 мая 2010
<b>АВГУСТ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	15 июня 2010
Предоставление материалов	22 июня 2010
<b>СЕНТЯБРЬ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	13 июля 2010
Предоставление материалов	20 июля 2010
<b>ОКТАБРЬ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	17 августа 2010
Предоставление материалов	24 августа 2010
<b>НОЯБРЬ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	14 сентября 2010
Предоставление материалов	21 сентября 2010
<b>ДЕКАБРЬ</b>	<b>2010</b>
Подтверждение рекламного места	19 октября 2010
Предоставление материалов	26 октября 2010
<b>ЯНВАРЬ</b>	<b>2011</b>
Подтверждение рекламного места	16 ноября 2010
Предоставление материалов	23 ноября 2010

Сроки подтверждения размещения вклеек, вкладок, обложек и приложений на 3 дня раньше указанной даты. / Сроки предоставления оригинал-макетов для вклеек, вкладок, обложек и приложений на 3 дня раньше указанной даты. / В случае предоставления не готового оригинал-макета, а материалов для его изготовления, данная дата подлежит дополнительному согласованию. / Допускается изменение данной даты в сторону увеличения, но не позднее последнего дня соответствующего месяца.

## ADVERTISING DEADLINES

<b>FEBRUARY</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	09 December 2009
Materials Deadline	16 December 2009
<b>MARCH</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	15 January 2010
Materials Deadline	22 January 2010
<b>APRIL</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	15 February 2010
Materials Deadline	20 February 2010
<b>MAY</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	16 March 2010
Materials Deadline	23 March 2010
<b>JUNE</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	13 April 2010
Materials Deadline	20 April 2010
<b>JULY</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	18 May 2010
Materials Deadline	25 May 2010
<b>AUGUST</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	15 June 2010
Materials Deadline	22 June 2010
<b>SEPTEMBER</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	13 July 2010
Materials Deadline	20 July 2010
<b>OCTOBER</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	17 August 2010
Materials Deadline	24 August 2010
<b>NOVEMBER</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	14 September 2010
Materials Deadline	21 September 2010
<b>DECEMBER</b>	<b>2010</b>
Advertising Sales Deadlines	19 October 2010
Materials Deadline	26 October 2010
<b>JANUARY</b>	<b>2011</b>
Advertising Sales Deadlines	16 November 2010
Materials Deadline	23 November 2010

Placement of insets, inserts, covers and supplements should be confirmed three days before the specified date. / Original layouts for insets, inserts, covers and supplements should be put in three days before the specified date. / In case original layouts are not ready and only materials for them are put in, then the specified date should be reconsidered. / The specified date can be shifted for a later date but not further than the last day of the current month.

## ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ

### ФОРМАТ ИЗДАНИЯ

Обрезной формат **основного издания**  
**GQ:** 230 × 298 мм.

Обрезной формат **основного издания**  
**GQ Style:** 250 × 330 мм.

**Формат приложений** может отличаться от формата основного издания. Пожалуйста, дополнительно уточняйте формат при размещении рекламы в специальных приложениях к основному изданию.

### СПОСОБЫ ПЕЧАТИ

**Регулярные страницы журнала:** рулонная офсетная печать по стандарту ISO 12647-2:2004. **Обложки, вклейки, вкладки:** листовая офсетная печать по стандарту ISO 12647-2:2004.

### ЦВЕТНОСТЬ, ПОРЯДОК КРАСКОНАЛОЖЕНИЯ, СУММАРНОЕ КОЛИЧЕСТВО КРАСКИ

**Регулярные страницы журнала:** CMYK; порядок печати — black, cyan, magenta, yellow; суммарное количество краски — 300 %.

**Обложки, вклейки, вкладки:** CMYK + по запросу дополнительные краски по Pantone; порядок печати — Pantone, black, cyan, magenta, yellow (при необходимости краски по Pantone могут печататься после CMYK); суммарное количество краски — 320–340 %.

Также по запросу для вклеек и вкладок возможно дополнительное конгревное тиснение, тиснение фольгой, вырубка, выборочная и сплошная лакировка, прочие виды печати и послепечатной обработки.

### СПОСОБ СКРЕПЛЕНИЯ ЖУРНАЛЬНОГО БЛОКА

Для основного журнала — клеевое бесшвейное скрепление.

Для специальных приложений к основному изданию может использоваться как клеевое бесшвейное скрепление, так и крепление на скрепки. При необходимости уточняйте дополнительно.

### MAGAZINE SIZE

Trimmed size of the **main edition GQ:**  
230 × 298 mm.

Trimmed size of the **main edition GQ Style:**  
250 × 330 mm.

**Sizes of supplements** may differ from that of the main edition. Please request the sizes if you want to place advertisement in special sup-plements to the main edition.

### PRINTING PROCESSES

**Regular pages of the magazine:** web offset printing according to ISO 12647-2:2004 standard.

**Covers, inserts, insertions:** sheet fed offset printing according to ISO 12647-2:2004 standard.

### INKS, COLOR SEQUENCE, TOTAL INK LIMIT

**Regular pages of the magazine:** CMYK; color sequence — black, cyan, magenta, yellow; total ink limit — 300 %.

**Covers, bound inserts, loose inserts:** CMYK + by request additional inks according to Pantone; color sequence — Pantone, black, cyan, magenta, yellow (if necessary, the Pantone inks may be printed after CMYK); total ink limit — 320–340 %. Additional embossing, hot foil stamping, cutting, spot and overall varnishing, other methods of printing and post-printing processing are also available by request for inserts and insertions.

### BINDING METHODS OF THE MAGAZINE

For the main edition of the magazine — perfect binding.

For special supplements to the main edition — either perfect binding or saddle stitch. Request particular details, if necessary.

## TECHNICAL REQUIREMENTS

### ФОРМАТ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ / SIZES OF ADVERTISING PUBLICATIONS

Реклама навывлет / Advertisements with bleeds*	GQ	GQ STYLE
2/1 (разворот) / (spread)*	2 × 230 × 298	2 × 250 × 330
1/1 (полоса) / (single page)	230 × 298	250 × 330
1/2 полосы вертикально / page in a vertical position	109 × 298	119 × 330
1/2 полосы горизонтально / page in a horizontal position	230 × 145	250 × 159
1/3 полосы вертикально / page in a vertical position	77 × 298	77 × 330
1/3 полосы горизонтально / page in a horizontal position	230 × 95	250 × 104
1/4 полосы вертикально / page in a vertical position	61 × 298	

\*Состоит из двух страниц формата 230 × 298 **GQ**, 250 × 330 **GQ STYLE** (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины).

\*Consists of two pages 230 × 298 **GQ**, 250 × 330 **GQ STYLE** (please do not provide a spread in the form of a single page with double width)

\*\*Размеры рекламных площадей указаны в миллиметрах / The size of advertising placement is given in mm.

Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации навывлет для полностраничной рекламы — 238 × 306 **GQ** и 258 × 338 **GQ STYLE**).

Форматы рекламы на вклейке, вкладке или в приложении могут отличаться от указанных. Пожалуйста, уточните размер дополнительно в случае нестандартного размещения рекламы.

Вы можете скачать схему страниц обложечного гейтфолда и типичных вклеек с нашего сайта: [www.condenast.ru/advert/gq/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/gq/techreq/) для **GQ** и [www.condenast.ru/advert/gqstyle/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/gqstyle/techreq/) для **GQ STYLE**.

The abovementioned sizes are trimmed sizes. If you use bleed images, the size of bleeds should be at least 4 mm on either side (for instance, the size of background bleed picture for a single page advertisement is 238 × 306 **GQ** and 258 × 338 **GQ STYLE**).

Sizes of advertisements placed into bound insert, loose insert or supplement may differ from the abovementioned. Please specify the size when non-standard placing of your advertisement is required.

You can download the page layout diagram of the cover gatefold and typical inserts from our website: [www.condenast.ru/advert/gq/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/gq/techreq/) for **GQ** and [www.condenast.ru/advert/gqstyle/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/gqstyle/techreq/) for **GQ STYLE**.

Пожалуйста, обратитесь к координатору рекламного отдела (e-mail: [advert@gq.ru](mailto:advert@gq.ru)) для получения полных технических требований (включающих требования к предоставлению рекламных материалов, рекомендации по дизайну и требования к содержанию).

Please contact advertising coordinator (e-mail: [advert@gq.ru](mailto:advert@gq.ru)) to receive complete technical requirements (including provision of advertisement materials, design recommendations and requirements for content).

## КОММЕРЧЕСКИЙ ОТДЕЛ

### РЕКЛАМНЫЙ ОТДЕЛ

#### ДМИТРИЙ КРЕСЛАВСКИЙ

Издатель  
dkreslavsky@condenast.ru

#### ИРИНА ЕЛИЗАРОВА

Директор по рекламе  
ielizarova@condenast.ru

#### ЕКАТЕРИНА БИБЛОВА

Менеджер по рекламе  
kbiblova@condenast.ru

#### ОЛЬГА ЕРШОВА

Менеджер по рекламе  
oershova@condenast.ru

#### ФЛОРА ЕМЕЛЕЕВА

Координатор по рекламе  
femeleeva@condenast.ru

### ПРОМООТДЕЛ

Отдел специальных проектов

#### КРИСТИНА БАСС ГАРСИА

Директор по специальным проектам  
cbassgarcia@condenast.ru

#### АНАСТАСИЯ КУЗЬМИНСКАЯ

Менеджер по специальным проектам  
akuzminskaya@condenast.ru

### CONDÉ NAST DIGITAL

#### АНИТА ГИГОВСКАЯ

Директор  
agigovskaya@condenast.ru

#### КРИСТИНА КРАВЧЕНКО

Директор по рекламе  
kkravchenko@condenast.ru

#### ОЛЬГА БОРИСОВА

Менеджер по рекламе  
oborisova@condenast.ru

#### ДМИТРИЙ ПРОКУДИН

Менеджер по рекламе  
dprokudin@condenast.ru

#### ИРИНА ПАСАДСКАЯ

Менеджер по спецпроектам  
ipasadskaya@condenast.ru

ЗАО «Конде Наст»,  
125009, Москва,  
ул. Б. Дмитровка, 11, стр. 7,  
тел.: (495) 745 5565,  
факс: (495) 777 0025

Oberonmedia s.r.l., Angelo Careddu,  
представитель в Италии,  
18, Via Andegari, 20121, Milan, Italy,  
тел.: (39) 02 874543,  
факс: (039) 02 876458

Представительство в Санкт-Петербурге:  
Жанна Герцовская  
тел.: (812) 967 1027  
e-mail: spb.condenast@mail.ru

## COMMERCIAL DEPARTMENT

### ADVERTISING DEPARTMENT

#### DMITRY KRESLAVSKY

Publisher  
dkreslavsky@condenast.ru

#### IRINA ELIZAROVA

Advertising Director  
ielizarova@condenast.ru

#### EKATERINA BIBLOVA

Advertising Manager  
kbiblova@condenast.ru

#### OLGA ERSHOVA

Advertising Manager  
oershova@condenast.ru

#### FLORA EMELEEVA

Advertising Coordinator  
femeleeva@condenast.ru

### PROMO DEPARTMENT

Advertising Promotion Department

#### CRISTINA BASS GARCIA

Advertising Promotion Director  
cbassgarcia@condenast.ru

#### ANASTASIA KUZMINSKAYA

Advertising Promotion Manager  
akuzminskaya@condenast.ru

### CONDÉ NAST DIGITAL

#### ANITA GIGOVSKAYA

Country Manager  
agigovskaya@condenast.ru

#### KRISTINA KRAVCHENKO

Sales Director  
kkravchenko@condenast.ru

#### OLGA BORISOVA

Sales Manager  
oborisova@condenast.ru

#### DMITRY PROKUDIN

Sales Manager  
dprokudin@condenast.ru

#### IRINA PASADSKAYA

Special Projects Manager  
ipasadskaya@condenast.ru

Condé Nast ZAO,  
11, buil.7, Bolshaya Dmitrovka Str.,  
Moscow, 125009  
Tel.: (+7 495) 745 5565,  
Fax: (+7 495) 777 0025

Oberonmedia s.r.l., Angelo Careddu,  
Italian Representative  
18 Via Andegari, 20121, Milan, Italy  
Tel.: (+39) 02 874543,  
Fax: (+39) 02 876458

St.-Petersburg's Representative  
Zhanna Gertsovskaya  
tel.: (7 812) 967-1027  
e-mail: spb.condenast@mail.ru