

Стольник



Медиакум 2011

МОДНОЕ МЕСТО



Модное место

От 60 страниц о моде и культуре одежды, о стилях и новейших тенденциях. Горячие новости и профессиональные fashion-съемки. Эксклюзивные интервью с дизайнерами и презентации последних коллекций. Истории великих брендов и новых амбициозных проектов. Любимые герои рубрики «Модное место» – кумиры мира моды, ее создатели и звездные обожатели. Профессионально выбирая наиболее яркие образы, оригинальные и значимые тенденции, ведущие рубрики следят за тем, чтобы читатели «Стольника» всегда были в курсе главных тенденций мировой моды.

О ЖУРНАЛЕ

ABOUT MAGAZINE

11 лет на рынке

11 years on the market

12 городов России

12 cities of Russia

общий тираж
108 000 экземпляров

total circulation of 108 000
copies

более 300 000
читателей ежемесячно

more than 300 000 readers
Monthly

«Стольник» – один из самых влиятельных журналов, предназначенный для успешной, требовательной и образованной аудитории. «Стольник» был основан в 2000 году как издание, рассказывающее о красивом образе жизни. За время существования журнал превратился в компетентный источник информации, освещающий все стороны luxury life style, и зарекомендовал себя как состоявшееся, динамично развивающееся издание.

«Stolnik» – one of the most influential magazines, intended- for a successful, demanding, and educated audi- thorium. «Stolnik» was founded in 2000 as a publication that informs about the beautiful way of life. During its existence the journal became a competent source of information covering all aspects of luxury life style and established himself as a successful, dynamic publication.

На сегодняшний день журнал присутствует в 12 регионах России и в каждом городе занимает лидирующие позиции на рынке печатных СМИ. Мы не просто глянцево издание, которое пишет о красивой жизни. Мы ориентированы на постоянное совершенствование своего профессионального уровня и повышение качества жизни общества, для которого мы работаем.

Today the magazine is present in 12 Russian regions and in each city is market leader in print media. We are not just a glossy publication that writes about the beautiful life. We are focused on continuous improvement of their professional level and improving the quality of life of the society for which we work.



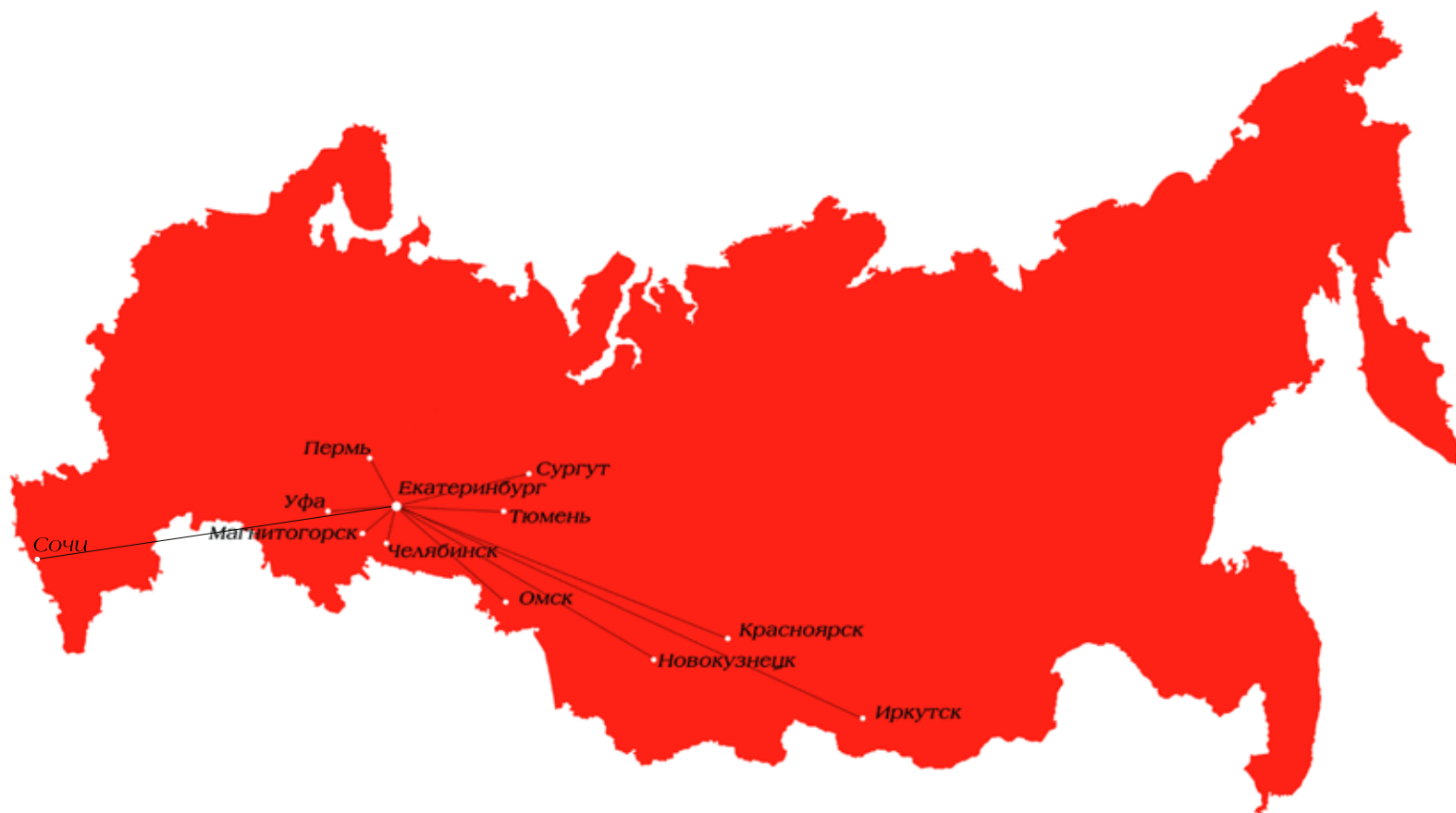
Kids

Рубрика рассказывает о последних тенденциях и коллекциях детской моды. Здесь родители смогут найти для себя ответы на вопросы, связанные со здоровьем и развитием ребенка, а также информацию о том, как провести незабываемый отдых всей семьей и как правильно организовать детский праздник. Все материалы готовятся с привлечением читательниц журнала «Стольник» и экспертов в этой области.

регионы присутствия

published under license

Екатеринбург	Ekaterinburg
Уфа	Ufa
Челябинск	Chelyabinsk
Тюмень	Tyumen
Пермь	Perm
Омск	Omsk
Красноярск	Krasnoyarsk
Иркутск (Братск, Улан-Удэ, Чита, Ангарск)	Irkutsk (Bratsk, Ulan-Ude, Chita, Angarsk)
Югра (Сургут, Нижневартовск, Нефтеюганск, Ханты-Мансийск)	Ugra (Surgut, Nizhnevartovsk, Nefteyugansk, Khanty-Mansiysk)
Новокузнецк	Novokuznetsk
Магнитогорск	Magnitogorsk
Сочи	Sochi



РУБРИКА

MEN'S STYLE



Men's style

Динамизм, энергия и креатив – ключевые понятия образа жизни мужчины XXI века. В рубрике – мужская мода и советы по стилю, рекомендации fashion-экспертов, гид по дресс-кодам.

тираж и распространение

circulation and distribution

Журнал «Стольник» выходит
11 раз в год в 12 городах
России суммарным тиражом
108 000 экземпляров

За 11 лет существования журнала мы создали уникальную систему распространения, которая гарантирует полный охват целевой аудитории. Издание попадает в руки тех, кто знает толк в хороших вещах и может на практике воспользоваться информацией о них. Наши читатели – это высший слой потребителей, задающих тон на рынке роскоши.

Journal «Stolnik» goes 11 times
a year in 12 cities in Russia
a total circulation of 108 000
copies

For 11 years the magazine, we have created a unique distribution system, which guarantees a direct hit to the target audience. Publication into the hands of those who know a lot about the good things in practice and can use information about them. Our readers - is the top layer of consumers that determine the tone of the luxury market.

Бесплатная система дистрибуции

- Распространяется в модных бутиках
- В ресторанах с высоким уровнем сервиса и качественной, изысканной кухней
 - В отелях международного уровня
- В автосалонах, представляющих премиальные мировые марки
 - В салонах красоты и медицинских центрах
 - В торговых центрах класса Luxury и Premium
- В коттеджных поселках (доставка в каждый дом)
- На мероприятиях только класса luxury и premium , которые посещает изысканная публика, а также на всех значимых культурных событиях.
 - В аэропортах и на бортах самолетов.

Free distribution system

- Distributed fashion boutiques
- In restaurants with a high level of service and quality, gourmet food
- In hotels of international level
- At car dealerships, representing the premium global brand
- In beauty salons and medical centers
- In shopping centers and premium class lux
- The cottage settlements, delivery to every home
- The events only Premium and Luxe class, which visits sophisticated audience, as well as on all major cultural events.
- Distributed at airports and on board planes.

BEAUTY & HEALTH

Beauty & Health

Рассказывает о последних достижениях, тенденциях и новинках в мире косметики, парфюмерии и здорового образа жизни. Ведущие рубрики стараются не упустить ничего, что поможет читателям «Стольника» всегда, везде и при любых обстоятельствах выглядеть и чувствовать себя на все сто. Герои этой рубрики – профессионалы beauty-индустрии и люди, достигшие значительных успехов в том, как «сделать себя лучше». Люди, готовые поделиться опытом.

наша уникальность

uniqueness

- Журнал «Стольник» в каждом регионе **на 70% состоит из собственного, локального контента**, что делает его гораздо более интересным и близким для аудитории данного города.
- Все журналы проходят **контроль качества** в головном офисе, где четко отслеживается соответствие заявленному уровню.
- Журнал выходит раз в месяц, читают его долго, перелистывают несколько раз, он часто переходит из рук в руки, а это дает **значительное количество повторных контактов**.
- Журнал «Стольник» - это **lifestyle**, именно тот формат, который интересно читать, просматривать несколько раз, получать удовольствие от просмотра, а не пролистывать, как каталог.
- Всегда только актуальные редакционные материалы, четкая рубрикация, порядок, чистота, грамотная визуализация. **Звезды** с удовольствием дают нам эксклюзивные интервью и участвуют в фотосессиях (Hurts, Сезария Эвора, Алессандро Сафина и многие другие).
- Journal «Stolnik» in each region **by 70% consists of its own, local content**, which makes it much more interesting and close to the audience of the city.
- All journals undergo **quality control** at the head office, which clearly monitored compliance with the declared level.
- The magazine is published once a month, turning over several times, he often passed from hand to hand. **This gives significant number of repeated contacts**.
- «Stolnik» magazine is the **lifestyle**, just the format that is interesting to read, view to several times, to enjoy the viewing, rather than flip through a catalog.
- Always only relevant editorial content, a clear headings, order, cleanliness, competent visualization. **Stars** gladly give us the exclusive interview and take part in photo shoots (Hurts, Cesaria Evora, Alessandro Safina and many others).

наша уникальность

uniqueness

- Журнал «Стольник» **11 лет на рынке** и занимает лидирующие позиции во всех городах. Журнал известен не только на локальном рынке, но также и за пределами РФ. Мы работаем напрямую с Парижем, Миланом и другими городами, представителями таких известных брендов, как Gucci, Dior, Omega, Blancpain, Breguet и др.

- Размещение информации **о товарах и услугах только категории Luxury**. Любой появившийся в журнале продукт автоматически относят к данной категории, и поэтому информацию обо всех новых товарах и услугах данного сегмента рынка рекламодатели стремятся разместить, в первую очередь, в журнале «Стольник», а читатели, чтобы узнать все последние тенденции, стремятся его регулярно читать.

- Журнал «Стольник» выходит 11 раз в год общим тиражом 108 000 экземпляров.

- Преимуществом журнала «Стольник» является **высочайшее полиграфическое качество**.

- **11 years on the market**, while in many cities this is the only glossy edition of this level and with such a high reputation, this is what has helped win 90% of the target audience. As well known magazine not only on the local market but also outside of Russia. We work directly with Paris, Milan and other cities representatives of such brands as Gucci, Dior, Omega, Blancpain, Breguet, etc.

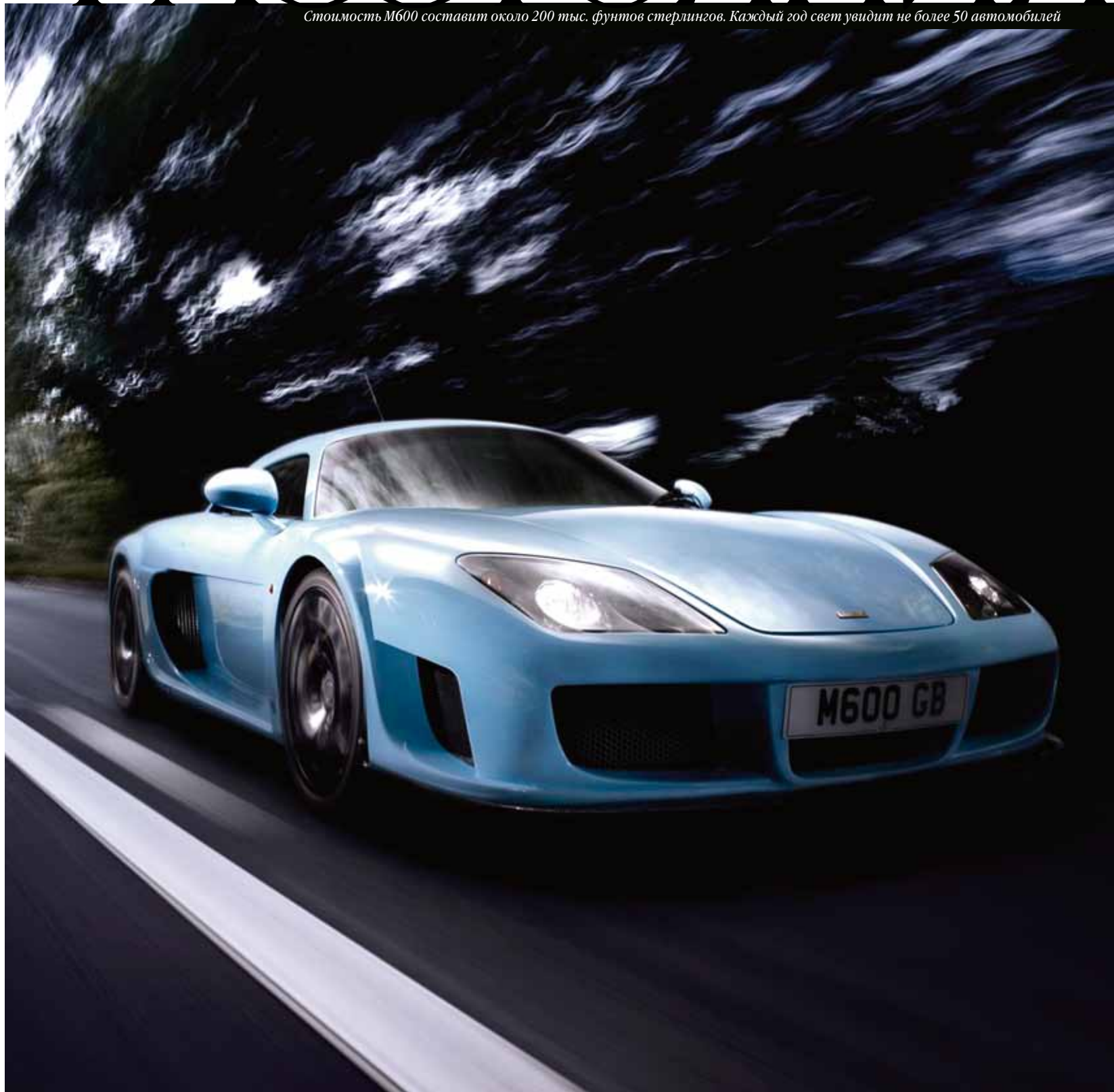
- Accommodation only information **about goods and services category of high quality**. Automatically any product appeared in the magazine has added to this category.

- «**Stolnik**» magazine goes 11 times a year, a common circulation of 108 000 copies.

- The advantage of the magazine «Stolnik» is the **highest printing quality**.

РАССТОЯНИЯ

Стоимость M600 составит около 200 тыс. фунтов стерлингов. Каждый год свет увидит не более 50 автомобилей



Расстояния

Автомобиль – это не роскошь и не средство передвижения. Это – стиль жизни, показатель статуса, вкуса и уровня амбиций его владельца. А еще он может служить вторым домом, комфортным и уютным, где можно с удовольствием проводить время по пути на работу, в магазин, за город, да куда угодно. Преодолевать расстояния нужно в подходящих автомобилях. Не спрашивайте, в каких именно, – читайте об этом в рубрике «Расстояния».

портрет читателя

portrait of a reader

Возраст Средний возраст читателя – 35 лет	Age The average age of the reader - 35
Пол Мужчины – 32% Женщины – 68%	Sex Men – 32% Women – 68%
Доход Средний, выше среднего – 60%	Annual revenue Average, above average – 60%
Семейное положение Женаты или замужем – 65%	Marital status Marriage – 65%
Социальный статус Руководители, специалисты, владельцы бизнеса – 65%	Social status Managers, professionals, business owners – 65%

СТОРОНЫ СВЕТА



Стороны света

Герои рубрики – настоящие путешественники, покоряющие пространства и заново открывающие мир для себя и читателей «Стольника». Познавательные экскурсии, посвященные интересным традициям и быту разных стран и народов, фоторепортажи о достопримечательностях мировых мегаполисов и тайнах забытых уголков планеты открывают читателям «Стольника» увлекательный мир путешествий. А для тех, кто не привык откладывать на потом мечты об отдыхе и сказочных приключениях, в каждом номере журнала рубрика знакомит с наиболее интересными предложениями туристического рынка.

наши рекламодатели

our advertisers

Все самые лучшие бренды, магазины одежды и аксессуаров, автосалоны, салоны красоты, фитнес-центры, рестораны представлены в журнале «Стольник».

Наши читатели говорят: «Если информации о дорогом бренде/магазине и т.д. нет в журнале «Стольник», значит, этого бренда/магазина нет в городе».

All the best brands, clothing stores and accessories, car dealerships, beauty salons, fitness centers, restaurants, presented in the journal «Stolnik».

Our readers say: «If information of a dear brand / store, etc. not in the magazine «Stolnik», which means that brand / store was out of town».

МОДА / FASHION

Louis Vuitton
Gucci
Chanel
Dior
Mercury
Etro
Ives Saint Laurent
Giorgio Armani
Brioni
Canali
Kiton
Gianfranco Ferre
MaxMara
Salvatore Ferragamo
Sonia Rykiel
Stephen Webster
Roberto Cavalli
Sergio Rossi
Chloe
Dsquared
Stella McCartney
Emporio Armani

Burberry
Givenchy
Isaya
Ermenegildo Zegna
Dirk Bikkembergs
Marina Rinaldi
Braschi
Baldinini
Laurel

ОТДЫХ / REST

Sani Resort
Coral travel
Пегас туристик
Hayatt

АКСЕССУАРЫ ACCESSORIES

Carrera y Carrera
TagHauer

Rado
Omega
Chaumet
Maurice Lacroix
Longines
Montegrappa
Caran'dAche
Dupont
Van Cleef & Arpels
Christofle bijoux
Blancpain
Chanel
Dior
Frey Wille
Cartier
Piaget
Lalique

АВТОМОБИЛИ CARS

Mercedes
Audi

BMW
Porsche
Volkswagen
Lexus
Cadillac
Honda

АЛКО- ГОЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ / ALCOHOL PRODUCTION

Martini
Bacardi
Hennessy
Хортица
и многие другие / and
many others



Откровенные, а порой провокационные беседы с интересными личностями нашего города – новый проект издания. Очередного гостя рубрики с двух сторон «атакуют» представитель светской тусовки Екатеринбурга и журналист «Стольника». Оригинальный взгляд на вещи и нестандартные ответы на «вечные» вопросы гарантированы.

особое мнение separate opinion

МАРГАРИТА
СПИРИДОНОВА,
ВЛАДЕЛИЦА
САЛОНОВ
«МИЛАН» И «МИЛАН
CLASSIC»



MARGARITA
SPIRIDONOVA,
OWNER OF MILAN
AND MILAN CLASSIC
SALONS

Обычно мне попадает «Стольник», когда я остаюсь наедине сама с собой: лечу в самолете или отдыхаю в спа-салоне. Июльский номер меня порадовал: он очень гармонично выстроен и по цветам, и по темам. От «Иконы стиля» в платье цвета шампань, соседствующей с рекламным коллажем модных аксессуаров в тон, до разворота фотопроекта с загородной мебелью и имиджа на ту же тему в «Доме».

Меня приятно удивил июльский фэшн на тему экологии. Он затрагивает очень серьезную проблему и вступает в конфликт с обычным пониманием глянца. Эти темы – экология и гламур – казалось бы, не должны уживаться вместе...

Но у вас получилось превратить вызов обществу в стильный, модный проект, который не стирается у меня из памяти.

Резюме: вы держите баланс, даете рекламу и в то же время предупреждаете читателей о возможных последствиях. В этом номере есть своя эстетика: тексты, которые не загружают мозг, но обладают информативностью. И эта селекция, которую вы проводите, мне подходит.

Usually I come across «Stolnik» when I'm alone with myself a: I fly in an airplane or resting in spa-salon. July issue I was pleased: it is perfectly built and flowers on the topics. From the «Icons style» in a dress the color champagne, with neighboring promotional collage of fashion accessories to match, before turning the photo project in suburban furniture and image of the same subject in «House.» I was pleasantly surprised by July's fashion on the environment. The involves a very serious problem and is in conflict with the usual understanding of the gloss. These themes - ecology and glamor, it would seem, should not live together ... But you have got to make a challenge to society in a stylish, modern design that does not erase from my memory. Summary: do you keep a balance, give the advertising and at the same time warns the reader about the possible consequences. This room has its own aesthetics: the texts that do not load the brain, but they have informative. And this selection, which is rid of, for me.

ДОМ



ДОМ

Рубрика содержит массу полезной информации о том, как сделать дом и офис максимально комфортными и стильными, и по этой причине является незаменимым помощником для всех, кто относится к созданию окружающего пространства творчески. Украшение рубрики – интервью с профессионалами дизайна, готовыми поделиться интересными идеями, потрясающие по красоте иллюстрации и рассказы о наиболее удачно реализованных творческих замыслах. И, разумеется, фирменные фоторепортажи в духе «private», позволяющие «заглянуть в замочную скважину» домов знаменитостей.

КОНТАКТЫ

contact

Руководство:

Алексей Калиев – генеральный директор,
kaliev@stolnick.ru
Владимир Кузнецов – коммерческий директор,
kvv@stolnick.ru

Редакция:

Вера Доринская – главный редактор,
timofeeva@stolnick.ru
Елена Петрова – арт-директор,
elena.petrova@stolnick.ru
Ксения Лоскутова – шеф-редактор,
loskutova@stolnick.ru

Коммерческий отдел:

Анастасия Антонова – директор по развитию,
antonova@stolnick.ru
Анжелика Герк – директор по продажам
г. Екатеринбург, gerk@stolnick.ru
Владимир Башун – специалист отдела продаж,
bashun@stolnick.ru
Анатолий Бериашвили – специалист отдела
продаж,
ai@stolnick.ru
Ваганова Ольга – руководитель регионального
направления,
regions@stolnick.ru

Адрес редакции:

Екатеринбург, ул. 8 Марта, 8д, 4 подъезд
Тел.: (343) 377-68-71,
(343) 377-61-01
Сайт: stolnick.pf

Guide:

Alex Kaliev – Director General,
kaliev@stolnick.ru
Vladimir Kuznetsov – Commercial Director,
kvv@stolnick.ru

Edition:

Vera Dorinskaya – Editor in Chief,
timofeeva@stolnick.ru
Elena Petrova – Art Director,
elena.petrova@stolnick.ru
Xenia Loskutova – Chief Editor,
loskutova@stolnick.ru

Sales department:

Anastasia Antonova – Director of Development,
antonova@stolnick.ru
Angelica Gerk – Director of Sales, Ekaterinburg,
gerk@stolnick.ru
Vladimir Bashun – Specialist Sales,
bashun@stolnick.ru
Anatoly Beruashvili – Specialist Sales,
ai@stolnick.ru
Olga Vaganova – head of the regional trends,
regions@stolnick.ru

Editorial staff:

Ekaterinburg, Ul. March 8, 8d, 4 entrance
Tel.: (343) 377-68-71,
(343) 377-61-01
Website: stolnick.ru

EVENTS



Events

Яркие фоторепортажи о светской жизни уральской столицы. Кстати, о событии в Вашей фирме может узнать весь город. Ведь, по данным маркетинга, размещение подобного материала в «Стольнике» – лучший PR для компании.

СТОИМОСТЬ размещения рекламы

ОБЪЕМ ПУБЛИКАЦИИ	ЕКАТЕРИНБУРГ	ПЕРМЬ	УФА	ТЮМЕНЬ	ЧЕЛЯБИНСК	МАГНИТОГОРСК
Тираж	25 000	10 000	10 000	6000	10 000	5 000
Сдача материалов (число каждого месяца)	до 18	до 23	до 25	до 25	до 25	до 25
Выходит с	ноября 2001 г.	июля 2008 г.	декабря 2006 г.	июля 2007 г.	декабря 2010 г.	августа 2011 г.
Полоса	67 000	53 000	52 000	45 500	47 000	45 500
Разворот	109 000	82 000	82 000	87 700	82 000	76 000
1/2 полосы	35 500	28 000	28 000	27 900	26 000	23 500
Новость 1/3 полосы	24 000	18 000	18 000	18 300	18 000	15 000
Новость 1/4 полосы	нет	14 000	14 000	14 200	нет	11 300
Шмутц	33 000	33 000	52 000	22 800	47 000	22 800
Объект желания	33 000	33 000	52 000	22 800	20 000	22 800
Первый разворот	133 000	96 000	96 000	110 700	94 000	91 000
Второй разворот	118 000	86 000	86 000	99 800	85 000	81 000
Третья обложка	90 700	75 000	75 000	70 600	63 000	62 000
Четвертая обложка	118 000	92 000	92 000	99 800	85 000	81 000
Обложка-калитка	255 000	198 000	198 000	198 500	140 000	нет
Плотная вклейка	от 120 000	от 90 000	от 62 000	от 100 000	от 100 000	от 62 000
Полоса в Event	67 000	53 000	52 000	30 000	40 000	45 500

ОБЪЕМ ПУБЛИКАЦИИ	ОМСК	КРАСНОЯРСК	НОВОКУЗНЕЦК	СУРГУТ	ИРКУТСК	СОЧИ
Тираж	7000	5000	5000	8000	10 000	5000
Сдача материалов (число каждого месяца)	до 22	до 22	до 22	до 22	до 22	до 22
Выходит с	марта 2008 г.	сентября 2007 г.	декабря 2008 г.	сентября 2007 г.	ноября 2009 г.	октября 2011 г.
Полоса	42 000	38 000	38 900	45 000	50 000	41 000
Разворот	69 000	47 000	65 000	85 000	80 000	68 000
1/2 полосы	25 000	25 000	23 000	28 000	30 000	26 000
Новость 1/3 полосы	17 900	15 000	17 900	17 000	18 000	19 000
Новость 1/4 полосы	13 000	10 600	12 500	11 500	12 000	16 000
Шмутц	25 000	33 000	21 000	40 000	35 000	32 000
Объект желания	25 000	28 000	21 000	40 000	35 000	32 000
Первый разворот	79 000	63 500	72 000	100 000	110 000	81 000
Второй разворот	-	50 000	68 000	92 000	95 000	77 000
Третья обложка	62 000	45 000	62 000	47 000	70 000	62 000
Четвертая обложка	70 000	62 000	70 000	85 000	100 000	81 000
Обложка-калитка	от 120 000	85 000	150 000	180 000	150 000	151 000
Плотная вклейка	от 80 000	от 62 000	от 80 000	от 110 000	от 110 000	102 000
Полоса в Event	38 900	27 000	38 900	40 000	50 000	41 000

СКИДКА 5% - при размещении в трех номерах;

СКИДКА 10% - при размещении в пяти номерах;

СКИДКА 15% - при размещении в семи номерах;

СКИДКА 20% - при размещении подряд в десяти и более трех номерах.

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ЖУРНАЛА «СТОЛЬНИК» ПЕРЕД ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ГЛЯНЦЕВЫМИ ИЗДАНИЯМИ В РЕГИОНАХ:

Издание	Совокупный тираж	Среднее кол-во человек, читающий 1 номер	Среднее % читателей одного номера	Ст-ть 1/1 полоса, полный прайс	Ст-ть 1 контакта
Elle A4	230 000	2	460 000	587 000	1,28
Vogue	150 000	2	300 000	570 000	1,90
Стольник	108 000	4	432 000	564 900	1,31
L'Officiel	120 000	2	240 000	450 000	1,88
Bazar	120 000	2	240 000	555 000	2,31

Издание	Дистрибуция в регионах (тираж)				Форма дистрибуции	Контент
	Урал	Юг	Сибирь	Поволжье		
Elle A4	13 800	13 800	20 700	13 800	продажа	федеральный
Vogue	9 000	9 000	10 500	10 500	продажа	федеральный
Стольник	58 000	5 000	35 000	10 000	бесплатно	местный на 60-70%
L'Officiel	5 400	3 840	7 560	9000	продажа	федеральный
Bazar	4 008	3 372	3 864	4308	продажа	федеральный

Основные гляцевые издания 60-70% своего тиража распространяют в Москве и Санкт-Петербурге, на региональных рынках «Стольник» является явным лидером за счет следующих позиций:

- 1. БЕСПЛАТНАЯ СИСТЕМА ДИСТРИБУЦИИ**, это означает, что кол-во контактов с одним номером увеличивается в разы
- 2. НА 60-70% ЖУРНАЛЫ СОСТОЯТ ИЗ МЕСТНОГО (РЕГИОНАЛЬНОГО) КОНТЕНТА** (повышенный интерес к журналу жителей каждого региона в отдельности)
- 3. ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫБРАТЬ ТОЛЬКО ТЕ ГОРОДА, ГДЕ ПРЕДСТАВЛЕН БРЕНД КЛИЕНТА** (экономия на рекламе в нецелевых городах)
- 4. БОЛЬШОЙ ОХВАТ АУДИТОРИИ В РЕГИОНАХ УРАЛА И СИБИРИ И г.СОЧИ**
- 5. ВЫСОКАЯ УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА В РЕГИОНАХ**
- 6. ЕЖЕГОДНЫЙ РОСТ РЕГИОНОВ ПРИСУТСТВИЯ**