

Gloria



Tržište

Prvi broj časopisa Gloria izašao je 1994. godine. Već nakon samo nekoliko brojeva Gloria je uspjela postaviti visoke i sadržajne tržišne standarde i potvrditi istinitost slogana pod kojim je i danas, četrnaest godina kasnije, prepoznata i poznata: najraskošnija revija za žene.

Iako u vrijeme kada je časopis počeo izlaziti još nije bilo moderno ustrojjenih novinsko-izdavačkih kuća s razvijenom tehnološkom proizvodnjom i uhodanim distributivnim kanalima, projekt koji je u startu zamišljen kao vizualno i sadržajno bogato tjedno izdanje, namijenjeno ponajprije širokoj ženskoj populaciji, prerastao je u časopis koji danas s jednakim zadovoljstvom čitaju svi oni koji su željni ležernog sadržaja, estetiziranih životnih tema te novosti iz najšire domaće i strane društvene scene.

Na taj je način, vođena vizijom i strategijom skupine medijskih profesionalaca i entuzijasta, Gloria postala jedno od najvažnijih izdanja Europapress holdinga, najvećega regionalnog nakladnika, čvrsto držeći poziciju u svome segmentu i dopirući iz broja u broj do skoro pola milijuna čitatelja.

Dostignuća

Jedno od temeljnih načela Glorijine uređivačke koncepcije jest promovirati atraktivne, no istodobno i sadržajne životne stilove. To se, utvrđeno kroz više od 700 dosad izašlih brojeva, kontinuirano postiže profesionalnim istraživanjem događaja, pomnim predviđanjem i praćenjem trendova i sveukupnih kretanja, ali ponajviše aktivnim sudjelovanjem u

oblikovanju novih formi i normi društvenih događanja.

U svakom broju Gloria čitatelje vodi svijetom slavnih i poznatih, predstavljajući njihove aktualne uspjehe te podsjećajući na sva, kako individualna tako i kolektivna, trajno vrijedna ostvarenja. Upomnim inzistiranjem na vjerodostojnosti, ali nikad nauštrb dobrog ukusa i visokih estetskih i etičkih kriterija, bez obzira na pozitivan ili negativan predznak teme koju obrađuje, Gloria je postavila jasne postulate tržišno uspješnog i društveno odgovornog "celebrity" novinarstva. Dosljednim pridržavanjem takvih principa, zarana je osvojila povjerenje javnih osoba koje joj bez straha otkrivaju i najintimnije dijelove života, predstavljaju svoje domove, omiljena mjesta, užitke i stilove, otkrivaju veze i prijateljstva, povjeravaju svoje tajne, dvojbe, strepnje i nadanja, pričaju o životnim prekretnicama i stranputicama.

Gloria čitatelje oduševljava svojom jedinstvenom prisutnošću u svijetu slave i glamura, pazeći pritom da glavne aktere zaštiti od svakog neistinitog podmetanja. Ekskluzivne, raskošne i ponajčešće "full-page" fotografije bogatih kolora čiji su autori ponajbolji domaći i svjetski fotografi, osiguravaju Gloriji poštovanje i trajnu privrženost u srcima svih generacija prosječne obitelji, kako u Hrvatskoj tako putem licencnog i online izdanja, i izvan njezinih granica. O dosezima i utjecaju Glorije govori i činjenica da su brojne njezine rubrike zaživjele ne samo u drugim izdanjima prisutnima na tržištu, nego i u obliku televizijskih emisija i priloga.

Povijest

Prvi broj Glorije, jednog od najranijih naslova EPH-a, pojavio se na kioscima 8. veljače 1994. kao crno bijelo-izdanje tiskano na novinskom papiru i u formatu dnevnih novina. Pronašavši put do žena svih generacija, dvotjednik prelazi na tjedni ritam izlaženja, mijenja format i, pridržavajući se

postavljenih uredničkih i konceptijskih načela, 1996. postaje bogato ilustrirana revija u boji. Gloria se razvija i raste pod budnom uredničkom paskom Dubravke Tomeković-Aralice kojoj punu podršku daje širok tim visokoobrazovanih, motiviranih, provjerenih, iskusnih i predanih medijskih stručnjaka.

Kako bi upotpunila svoju ponudu, Gloria nekoliko puta godišnje čitateljima daruje i posebne priloge (Glorijina blagdanska kuhinja, Dom i vrt, Cro A Porter Look Book, Satovi i nakit...), izlazeći na taj način u susret sve zahtjevnijoj publici.

Desetljeće uspješnog Glorijinog izlaženja redakcija je 6. rujna 2004. proslavila javno, u ugodnom društvu i na najprimjereniji način: velikom izložbom najspektakularnijih i najljepših fotografija Glorijinih fotografa u zagrebačkoj Gliptoteci Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti.

Potvrdivši se kao prva domaća robna marka na području "celebrity" novinarstva, Gloria od 2003. postaje i ozbiljan inozemni projekt te pokreće svoje prvo izdanje za strano tržište, Gloriju Srbija i Crna Gora.

Izniman uspjeh licencnog izdanja bio je poticaj novim izdavačkim pothvatima pa tako od 2005., kao redovit dodatak subotnjem broju Jutarnjeg lista, najtiražnijih dnevnih novina u Hrvatskoj, izlazi Gloria IN. 2006. godine Gloria je svoju ponudu upotpunila internetskim izdanjem Glorije te Glorijom Glam, luksuznim lifestyle magazinom dvomjesečnog ritma izlaženja.

Proizvod

Svakoga tjedna, vođena visokim standardima kvalitete sadržaja i forme, profesionalnosti, provjerenosti i ekskluzivnosti, na prosječno 130 stranica u boji Gloria





približava čitateljima živote slavnih, uspješnih, poznatih, bogatih ili na druge načine javno istaknutih osoba iz svijeta estrade, filma, sporta, umjetnosti, plemstva, poduzetništva, mode, znanosti, inovatorstva.

Prateći ih u njihovom djelovanju diljem zemlje i svijeta, Gloria među ostalim slikom i riječju vjerno prenosi novosti i atmosferu sa svih relevantnijih društvenih okupljanja. Gloriju sačinjava pažljivo usklađen omjer različitih sadržaja: ekskluziva i intervjua, reportaža, posebnih rubrika, novosti, kolumni, feljtona te inserta (ljubavni roman). S obzirom na velik broj čitatelja, više od 400.000 po broju, i neiscrpane, vječne teme, Gloria dugoročno ostaje u domovima svojih ljubitelja, ujedno čineći i efikasnu poveznicu između čitatelja i oglašivača.

Nedavni razvoj

Uz redovito praćenje događaja i promjena društvenih tendencija, Gloria svoje rubrike i prijelom prilagođava željama i potrebama sve šireg kruga čitatelja, proširujući svoju ponudu i viziju kroz niz tiskanih i multimedijalnih podizdanja.

Kao poseban prilog Jutarnjeg lista, s prosječnom nakladom od 140.000 primjeraka, Gloria IN se u samom početku pozicionirala kao raskošno opremljen i ilustriran potrošački vodič magazinskog formata. Popunjena rubrikama i temama tipa In&Out, modnim smjerokazima, stilskim vježbaonicama i kozmetičkim radionicama, trendy novitetima i savjetima vezanima uz uređenje i opremanje doma, kućnu i osobnu tehnologiju te gastronomiju, Gloria IN se čitateljima na nov i jasan način predstavila kao najsuvremeniji, najkorisniji i najpouzdaniji tržišni savjetnik u svakodnevnom životu. Zbog iznimne prihvaćenosti čitatelja, u četiri godine izlaženja Gloria IN uvećana je u broju stranica i formatu, te je postala svojevrsan lifestyle vodič.

Gloria se, među prvim tiskovinama u Hrvatskoj, pojavila i kao online izdanje. Gloria na internetu nije tek digitalna inačica tiskane jer se uspostavom novog, još bržeg i dostupnijeg kanala komunikacije najširoj čitateljskoj publici, bez obzira na dislociranost, nudi cijeli niz specifičnih mogućnosti: online pretplata, arhiva dosadašnjih brojeva i posebnih izdanja, forumi, video intervjui, ankete itd. Aktualnost stranice zajamčena je dnevnim ažuriranjem podataka. Za čitatelje je kreirana još jedna iznimna pogodnost: Gloria shop za ugodnu kupnju putem interneta te dostavu kupljenih artikala na

adresu po njihovoj želji. Posjećenost stranice stalno raste, o čemu govore i podaci o preko 400.000 posjeta mjesečno.

Prateći trendove tržišta, Gloria je svoja izdanja ojačala raskošnim lifestyle magazinom 2006., pod imenom GloriaGLAM, koji sadržajno obuhvaća sve segmente interesa stilski osviještene publike: mušku i žensku modu, wellness i ljepotu, kozmetiku, arhitekturu i dizajn, putovanja, nove tehnologije, gastro-kulturu te elitne sportove. Iznimnom prihvaćenošću ovog magazina, pokazao se veliki interes kako čitatelja tako i oglašivača, te se u 2008. dinamika izlaženja s kvartalnog pojačala na dvomjesečni ritam.

Promocija

Kao tržišni lider u svome segmentu, Gloria novi broj redovito oglašava kratkim i jasnim najavnim TV spotom, koji se nekoliko dana prije i nekoliko dana nakon pojavljivanja tekućeg broja na tržištu emitira u prime-timeu svih nacionalnih TV kuća. Redovita najava novog broja podupire se i tiskanim oglasima u svim važnijim tiskanim izdanjima EPH-a. Strateška usmjerenost na trajno povezivanje s jednako vrijednim, visokokvalitetnim i prepoznatljivim domaćim i stranim robnim markama i Glorijinu čitateljstvu donosi cijeli niz dodatnih prednosti, što u obliku vrijednih poklona, a što u obliku medijskih pokroviteljstava ekskluzivnih događanja (Oliver Dragojević u pariškoj Olympiji, multimedijalna škola šminkanja s Max Factorom...) te promotivnih igara i akcija poput, primjerice, onih u povodu obilježavanja jubilarnog 700. broja (700 Glorijinih poklon-paketa za 700 čitatelja zajedno s Max Factorom i Escadom).

Prepoznajući inovativni pristup gastronomiji i kulinarsstvu Gloria je od samog početka 2004. medijski pokrovitelj festivala 1001 delicia. S namjerom da se projekt razvije, Gloria i 1001 delicia postale su partneri te su 2007. zajednički organizirale dva vrhunska festivala gastronomije i enologije pod brandom: Gloria 1001 delicia. Zagreb Wine Gourmet Festival prestižna je manifestacija koja se u ožujku održala u zagrebačkom Muzeju Mimara te je okupila 90 vrhunskih hrvatskih i inozemnih vinara. Festival Gloria 1001 delicia održao se krajem mjeseca svibnja u Splitu na Prokurativama te je okupio 60 malih proizvođača izvornih proizvoda vrhunske kvalitete i gastronomije.

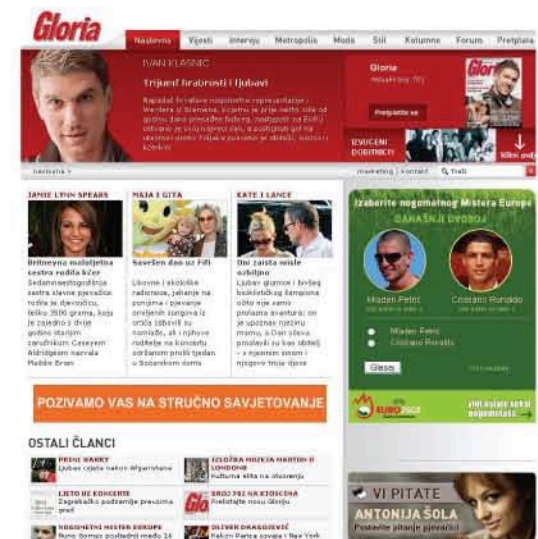
Socijalno osviještena i društveno odgovorna, Gloria redovito koristi vlastiti utjecaj za pomoć drugima pa je stoga među pokroviteljima i pokretačima velike akcije za suzbijanje, otkrivanje i liječenje raka dojke: od medijskog pokroviteljstva kampanje „Za lijepe naše“ iz 2002., kada se educiralo najširu javnost, pa sve do kampanje „One nisu same“ iz 2006./2007. godine, kojoj je cilj bio prikupiti znatna sredstva za liječenje oboljelih suvremenijim i manje štetnim metodama. Već nekoliko godina zaredom Gloria je medijski

pokrovitelj „Cro-a-portera“, najveće modne manifestacije u Hrvatskoj i „Sarajevo Film Festivala“, najvažnijeg filmskog festivala u regiji.

Vrijednosti robne marke

Dokazavši se tržišno kao najsadržajnija i najkvalitetnija revija za žene, Gloria je svoju duboku povezanost s najširoom čitateljskom publikom osvojila i nebrojeno se puta potvrdila kao dama koja ostaje dama u svakom trenutku, u svakoj situaciji i na svakom mjestu. Gloriji se otkriva, Gloriji se ispuvaja, Gloria se pita, Gloria se čita i Gloria se gleda: ona je vjerodostojna i autentična, samosvjesna i pristojna, pouzdana i povjerljiva, odmjerena i umjerena, moderna ali i tradicionalna, etična i estetična. I uvijek, u svemu što radi, ona je elegantna na svoj osebujan i raskošan način.

www.gloria.com.hr



JESTE LI ZNALI...

Gloria

- Kolumne „Životna škola Žuži Jelinek“ i „Neka ostane među nama“ Magde Weltrusky objavljuju se od prvog broja Glorije.
- U 15. godina tiskano je 91.503.767 primjeraka Glorije.
- Ljubavne romane koje Gloria u svakom broju objavljuje kao zasebne inserte pišu čitateljice, ponekad pod pravim imenom, a ponekad pod pseudonimom.
- Najstarija Glorijina suradnica u devetom je desetljeću života, a najmlađa je tek navršila dvadesetu.

