



Gentleman

SECONDO SEMESTRE

2021

IL SISTEMA GENTLEMAN DI CLASS EDITORI

Gentleman è il magazine lifestyle che da 20 anni, come allegato del quotidiano economico finanziario MF Milano Finanza, racconta lo stile contemporaneo attraverso un grande formato emotional e una qualità fotografica di livello internazionale: un punto di riferimento per gli uomini e le donne che amano la vita.

A completare il calendario annuale del magazine, c'è Gentleman&Lei, il giornale che porta in primo piano il punto di vista femminile focalizzandosi sulle passioni che Lui e Lei condividono.

CIRCULATION 67.000 (D.E)

READERSHIP 255.000 (D.E)

INSTAGRAM 5.350 FOLLOWERS

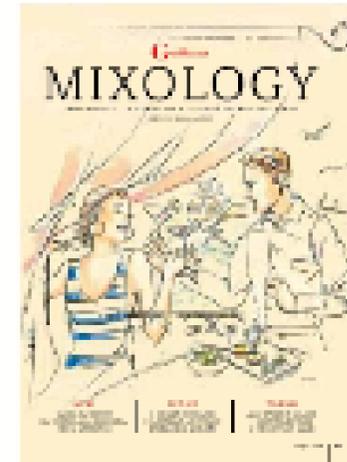
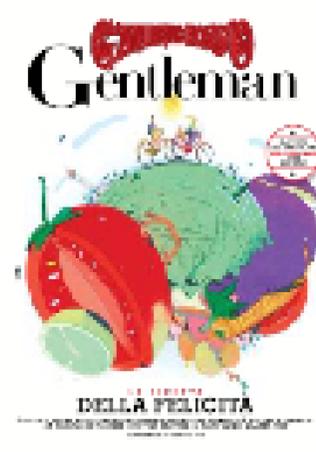
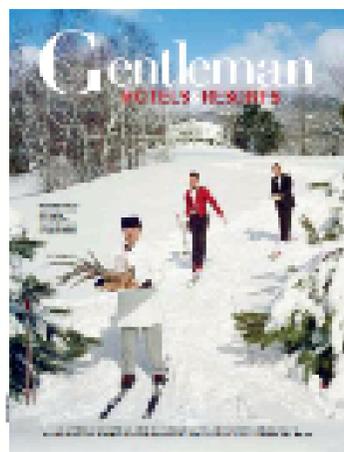
FACEBOOK 2.160 FOLLOWERS



LE PASSIONI DI GENTLEMAN

Gentleman esplora anche tutte le passioni dell'uomo contemporaneo, approfondendole con eleganza in ogni numero. Personaggi, Tendenze, Moda&Accessori, Wine&Food Orologi&Gioielli, Architettura&Design, Arte&Aste, Tecnologia, Motori, Sport, Yachting, Travel&Resort...

Ogni mese, Gentleman approfondisce tutte queste passioni. Allo stesso tempo, il magazine dedica sempre un focus monografico ad una passione in particolare, che diventa fil rouge di tutto il numero.



CALENDARIO

Gentleman	Edicola 2 LUGLIO	LUGLIO	SOSTENIBILITA'
Gentleman	Edicola 30 LUGLIO	AGOSTO	BEST IDEAS
Gentleman	Edicola 27 AGOSTO	COVER SETTEMBRE	MASTER OF THE SEA
Gentleman&Lei	Edicola 24 SETTEMBRE	COVER OTTOBRE	MODA E ACCESSORI FEMMINILI; REAL ESTATE
Gentleman	Edicola 29 OTTOBRE	COVER NOVEMBRE	20 ANNI DI GENTLEMAN
Gentleman&Lei	Edicola 26 NOVEMBRE	COVER DICEMBRE	GIOIELLI E OROLOGI
Gentleman	Edicola 17 DICEMBRE	COVER DICEMBRE	LIFESTYLE; HOTEL&RESORTS

Gentleman	Edicola 10 OTTOBRE	EXTRA ISSUE	VENDEMMIA IN PARTNERSHIP CON GAMBERO ROSSO
Gentleman	Edicola FINE OTTOBRE	EXTRA ISSUE	TWT – TOP WORLD TREASURES

Gentleman
COVER LUGLIO

UN MONDO MIGLIORE

EDICOLA: 2 LUGLIO
MAIN TOPIC: SOSTENIBILITÀ



GENTLEMAN UN MONDO MIGLIORE



Tutti i settori produttivi sono chiamati all'impegno per un mondo migliore. E tecnologia e sostenibilità sono i due più importanti vettori per la ripartenza.

Antesignano di questa rivoluzione, punto di sintesi fra tecnologia, innovazione e sostenibilità, con grandissimi investimenti e sforzi produttivi, il settore dell'automotive è protagonista del numero di Gentleman di luglio, dedicato al tema della sostenibilità. Chi sono i numeri uno del lusso sostenibile su strada?

Rimanendo sul tema motori, una delle grandi passioni dei gentleman è il mare. E anche qui i player internazionali più importanti sono al lavoro per alleggerire l'impatto energetico degli yacht in navigazione, con motori ibridi, pannelli solari per l'energia a bordo quando le navi sono all'ancora e molto altro.

Dalla moda, con un'intervista al presidente della CNMI, Carlo Capasa, all'orologeria con i modelli presentati all'ultimo Watches&Wonders di Ginevra; dallo sport, con l'irresistibile ascesa della bici (corsa e mountain) all'ospitalità green, alla gioielleria, impegnata nella tracciabilità delle pietre preziose e nel riutilizzo del metallo; dalla finanza, con carte di credito e programmi dedicati alle nuove generazioni sensibili al tema sostenibilità, al design.

Il mondo del lifestyle guardato attraverso le esperienze e l'impegno per lo sviluppo green da parte delle aziende.

Gentleman
COVER AGOSTO

BEST IDEAS

EDICOLA: 30 LUGLIO

MAIN TOPIC: LE IDEE CHE FANNO LA DIFFERENZA



GENTLEMAN BEST IDEAS

Materiali avveniristici, riedizioni di classici, collaborazioni con personalità carismatiche, crossing fra mondi diversi, linguaggi nuovi che arrivano dal digitale...

Grandi imprenditori, grandi aziende, grandissimi brand continuano a rinnovarsi, grazie alle Best Ideas. Idee che fanno la differenza e che permettono a un prodotto iconico di rinnovarsi, pur restando coerente con il proprio dna e la propria filosofia di marca.

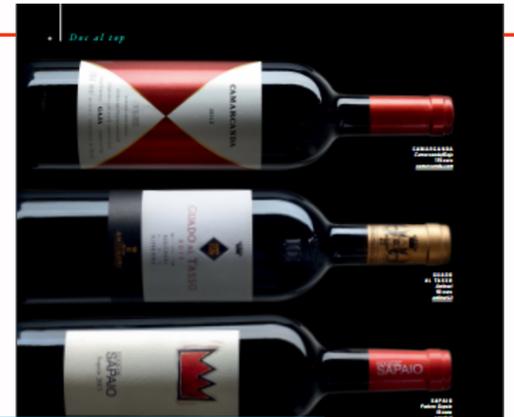
Nel numero di agosto, Gentleman traccia le Best Ideas del suo universo, quello del lifestyle.

Che cosa rende speciale e unico Gentleman? La Best Idea di questo giornale è parlare agli uomini (e alle donne, certamente) che amano la vita, raccontare ogni mese come si vive bene e come, spendendo bene il proprio denaro, si possa anche vivere meglio. La sfida di un magazine come questo, seguire e anticipare l'evolversi delle tendenze e del costume.

Quali sono le Best Ideas che fanno la differenza?

In un numero da sfogliare in agosto, in tutto relax, nello spettacolare formato di Gentleman, le Best Ideas delle marche del lusso e del lifestyle. Dall'automotive allo yachting, dalla moda agli accessori, dal food&wine all'ospitalità, dal design all'arte, dall'orologeria, i lettori ritrovano la summa del mondo di un gentleman.

Anche Gentleman Best Ideas, come la serie Gentleman - Icone del XXI secolo, è oggetto di una distribuzione speciale e su misura nelle località di vacanze estive, con particolare visibilità nei migliori hotel e resort italiani



Gentleman
COVER SETTEMBRE

MASTERS OF THE SEA

EDICOLA: 27 AGOSTO

MAIN TOPIC: NAUTICA E DESIGN



GENTLEMAN MASTERS OF THE SEA

Appuntamento atteso e consolidato per il settore, il numero di settembre di Gentleman è dedicato alla nautica e viene presentato e distribuito ai Saloni che aspettano a Cannes (7/12 settembre), Montecarlo (22/25 settembre) e Genova (16/21 settembre) gli appassionati del settore, i grandi armatori e i più importanti cantieri con le loro novità.

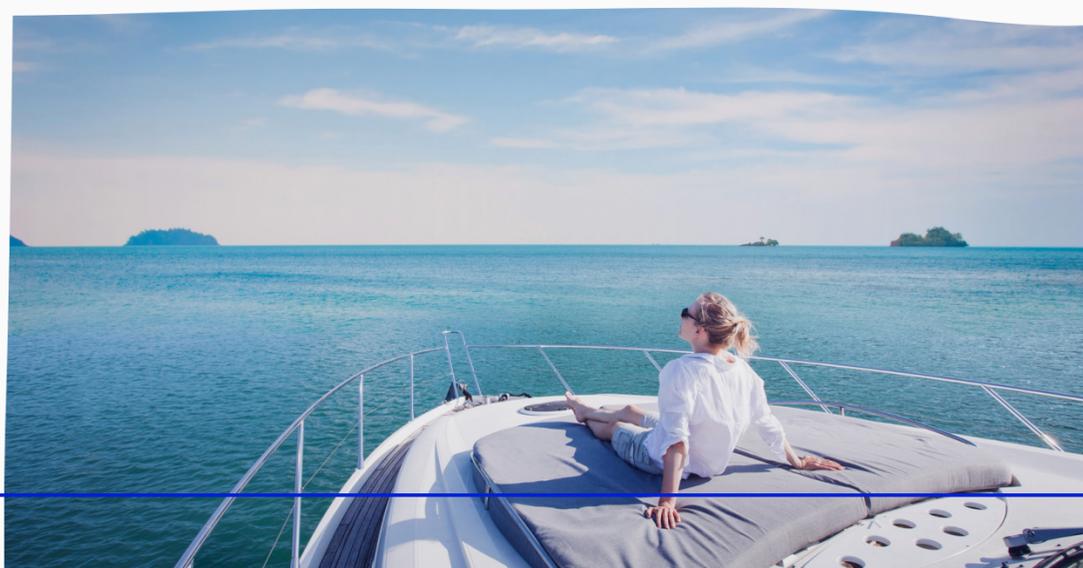
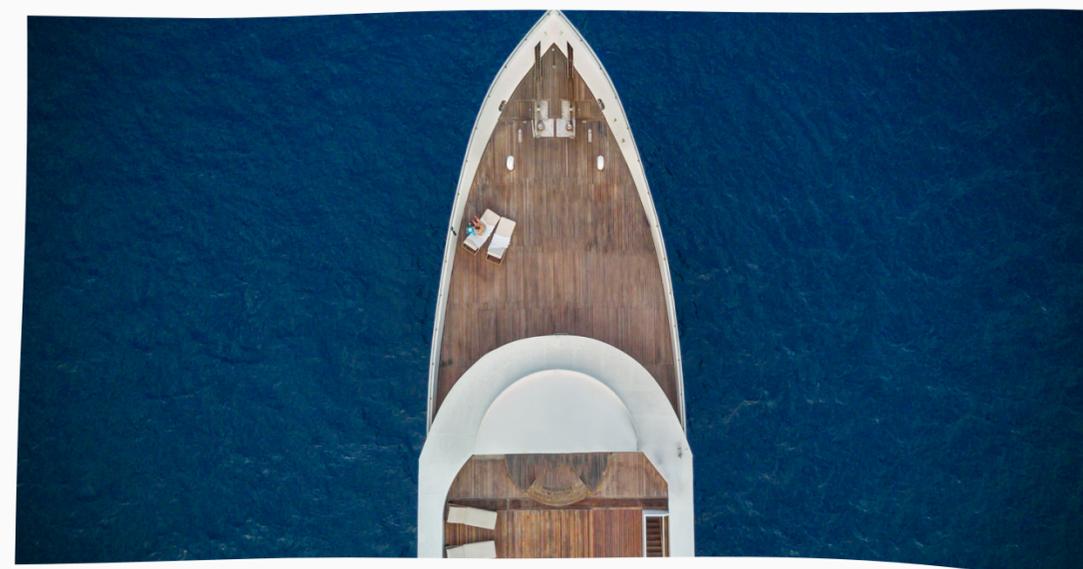
Il calendario 2021 quest'anno è eccezionale per il lusso e il lifestyle, perché apre settembre anche con il Salone del Mobile di Milano (5/10 settembre), in una veste inedita, molto attesa.

Gentleman Masters of the Sea 2021 coglie l'occasione per costruire un numero dedicato ai grandi protagonisti del settore nautico, come ogni anno, aggiungendo un approfondimento verticale sul design a bordo.

Dal living alla cucina, dal wellness all'outdoor, sono sempre più numerosi i cantieri che si affidano a designer e architetti di altissimo profilo per avvicinare lo stile di vita in barca dei propri clienti a quello in casa.

Chi sono i progettisti di barche più importanti? Chi firma l'arredo a bordo? Quali sono le collaborazioni fra i nomi del design e quelli della nautica?

Nautica e arredo sono settori sempre più vicini e, nella stessa logica dei contenuti, Class Editori prevede per Gentleman settembre una distribuzione internazionale fra Milano, Cannes e Genova.



**Gentleman
& Lei**
IL MENSILE PER GLI UOMINI E LE DONNE CHE AMANO LA VITA

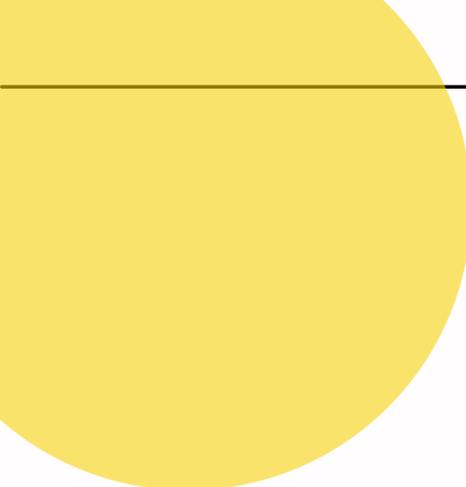
COVER OTTOBRE

ROARING TWENTIES

EDICOLA: 24 SETTEMBRE

MAIN TOPIC: MODA E ACCESSORI FEMMINILI; REAL ESTATE





Gentleman
COVER NOVEMBRE

**20 ANNI DI
GENTLEMAN**

EDICOLA: 29 OTTOBRE

Celebrating
— 20 YEARS —
Gentleman



20 ANNI DI GENTLEMAN



Il primo mensile di lifestyle in Italia compie 20 anni.

E festeggia con un numero speciale e un evento speciale dedicati a tutte le aziende, ai marchi e alle persone che in questi lustri sono stati amici e lettori della testata.

Formato spettacolare, due quotidiani economico finanziari, MF Milano Finanza e Italia Oggi, come trampolini di lancio, Gentleman nel marzo del 2001 ha aperto nella stampa italiana un nuovo segmento: quello dei magazine di lifestyle dedicati agli uomini (e alle donne) che amano la vita, da allegare a quotidiani prevalentemente a target maschile, in prospettiva B2C.

Un claim, “Il mensile per gli uomini che amano la vita” ancora oggi valido, che significa: spendere bene i propri soldi per vivere meglio. Viaggi, arte, case, orologi, auto, fashion, accessori, cibo e vino, design, barche, hotels&resorts...

Tutto concorre a fare del tempo libero il tempo della qualità e questo è il tema attraverso il quale sono osservati e selezionati in questo numero i temi classici del giornale. Come e perché un marchio, un prodotto, un'idea hanno migliorato la qualità del nostro tempo? Bellezza, funzionalità, tecnologia, sostenibilità s'intrecciano e concorrono a dare valore a ogni creazione.

Questo è il mondo di Gentleman, che per i suoi 20 anni è pronto a lanciare un nuovo sistema omnichannel, dalla carta al digitale, per una visione olistica del marchio (anche i giornali sono brand, certo) e per restare sempre in sintonia con i suoi lettori e il mercato.

**Gentleman
& Lei**
IL MENSILE PER GLI UOMINI E LE DONNE CHE AMANO LA VITA

COVER DICEMBRE

MERAVIGLIE PREZIOSE

EDICOLA: 26 NOVEMBRE

MAIN TOPIC: GIOIELLI E OROLOGI



Gentleman
MOUNTAIN LIFESTYLE

I PIACERI DELL'INVERNO

EDICOLA: 17 DICEMBRE

MAIN TOPIC: LIFESTYLE E HOTELS&RESORTS



GENTLEMAN I PIACERI DELL'INVERNO

Il calore del legno, i piaceri della tavola dopo le giornate di sport, la natura vissuta con gli amici. Questo è il Mountains Lifestyle di ogni gentleman.

Un lifestyle che Gentleman racconta ogni anno attraverso i temi di stagione e con una distribuzione selettiva e personalizzata nelle località resort invernali, da Courmayeur a Cortina, a Madonna di Campiglio, con soste particolari negli alberghi più belli.

In più, per l'edizione 2021 è previsto uno speciale verticale dedicato agli Hotels&Resorts, uno degli speciali della piattaforma Gentleman. Con una prospettiva allargata: dalla montagna al sole d'inverno, per programmare vacanze e relax nella prima metà del nuovo anno.

ECCELLENZE DEL TERRITORIO



TREASURE HUNT / 寻宝
CACCIA AL TESORO
IL TARTUFO, RE DEL CASTELNUOVO, ATTRAIA IN FIERA D'INVERNO ESTINGUENDOLI DA TUTTO IL MONDO
THE TRUFFLE, THE KING OF ALTAVALLE, ATTRACTS ADMIRERS FROM ALL OVER THE WORLD TO FIERA D'INVERNO
冬菇之王，吸引全球美食爱好者齐聚阿尔塔河谷

IN CHIENNA CHIENNA

MISTERIOSO PERCHÉ NASCONDO e difficile da trovare, capace di rivivere come nell'altissima Pianura padovana dell'altino e collinare tra Tuenno e la natura, il tartufo è il re dell'autunno e regna in Fierissima autunno da tutto il mondo. Per celebrarlo al meglio, fino al 24 novembre, ha luogo l'80ª edizione della Fiera internazionale del tartufo Bianco d'Alba. Innanzi all'evento si dispiegano degustazioni, iniziative, incontri alla scoperta delle caratteristiche organolettiche del Tubero Magnifico Bianco, nato come Tartufo Bianco di Alba, che coinvolgono le 4000 persone che ogni anno visitano, in questo periodo, Alba, Langhe e Roero. La Fiera propone un'esperienza di alta qualità in hotel di lusso, con un ristorante tipico, un'esperienza con un vitigno e il suo vino, un'esperienza in una cantina, come di cucina e vino al mercato mondiale del tartufo di Alba e al Castello di Grinzane Cavour (la

MYSTERIOUS BECAUSE THEY'RE ALWAYS HIDDEN and hard to find, they are considered the precious treasure of autumn and connect man and nature like nothing else in the world. To celebrate it at the best, until November 24, the 80th edition of the International White Truffle Fair of Alba will be held from 5 October to 24 November to celebrate the delicacy. The event is flanked by tastings, initiatives and meetings for the 400,000 people who visit Alba, Langhe and Roero yearly. The hospitality system offers guests the choice to stay in deluxe facilities and in one of the culture of great chefs. Among them, Piazza Dattola in Alba stands out led by Enrico Crispini, with three Lombardy Rosso forks and three Michelin stars. One of its star recipes is the Bianco Corno di gambo

冬菇，因其总是隐藏且难以寻找，它们被认为是秋季的珍贵宝藏，将人与自然紧密联系在一起。为了庆祝它，从10月5日至11月24日，阿尔巴白松露国际交易会将在阿尔巴举行。交易会由品鉴、活动和会议组成，吸引约40万人前往阿尔巴、朗格和罗埃地区。酒店业提供从豪华酒店到顶级厨师文化的住宿选择。其中，恩里科·克里皮尼的Dattola广场尤为突出，拥有三颗意大利红松露叉和三颗米其林三星。其招牌菜之一是“羊角白松露角”。

冬菇之王，吸引全球美食爱好者齐聚阿尔塔河谷。

Experiences

LA DOLCE VITA IN QUOTA

ELLE DISCOSTI AL MONTE BIANCO, I RESORT PIÙ BELLI PER ASSAPORARE IL GUSTO DELL'INVERNO, DA NELLE ALPI PER FERMARSI IN ANTOCUI, CON GARANZIA DI CANTIERI, A GUSTARE LA SUSA QUANDO L'INVERNO SÌ SÌ SUPERATA.

DI ALESSANDRA CRISTINA

ALA PIENA CANTIERA SÌ SÌ SUPERATA...
In una giornata invernale, il sole splende sulle Dolomiti, illuminando la neve e i boschi. È un momento magico, un momento in cui la natura si rivela in tutta la sua bellezza. È un momento in cui il tempo sembra fermarsi e la vita si svolge in un altro modo. È un momento in cui si può gustare la dolce vita in quota.

Il dolce gusto della montagna è un'esperienza unica. È un'esperienza che si vive in ogni stagione, ma che in inverno assume una particolare intensità. È un'esperienza che si vive in ogni località, ma che in alcune località assume una particolare intensità. È un'esperienza che si vive in ogni momento, ma che in alcuni momenti assume una particolare intensità.

Experiences



La Spa del Hotel...
Il dolce gusto della montagna è un'esperienza unica. È un'esperienza che si vive in ogni stagione, ma che in inverno assume una particolare intensità. È un'esperienza che si vive in ogni località, ma che in alcune località assume una particolare intensità. È un'esperienza che si vive in ogni momento, ma che in alcuni momenti assume una particolare intensità.



Il dolce gusto della montagna è un'esperienza unica. È un'esperienza che si vive in ogni stagione, ma che in inverno assume una particolare intensità. È un'esperienza che si vive in ogni località, ma che in alcune località assume una particolare intensità. È un'esperienza che si vive in ogni momento, ma che in alcuni momenti assume una particolare intensità.

Gentleman
EXTRA ISSUE

GAMBERO ROSSO VENDEMMIA 2021

EDICOLA: 10 OTTOBRE

MAIN TOPIC: LUSSO, MODA E VINO



GENTLEMAN EXTRA ISSUE VENDEMMIA 2021

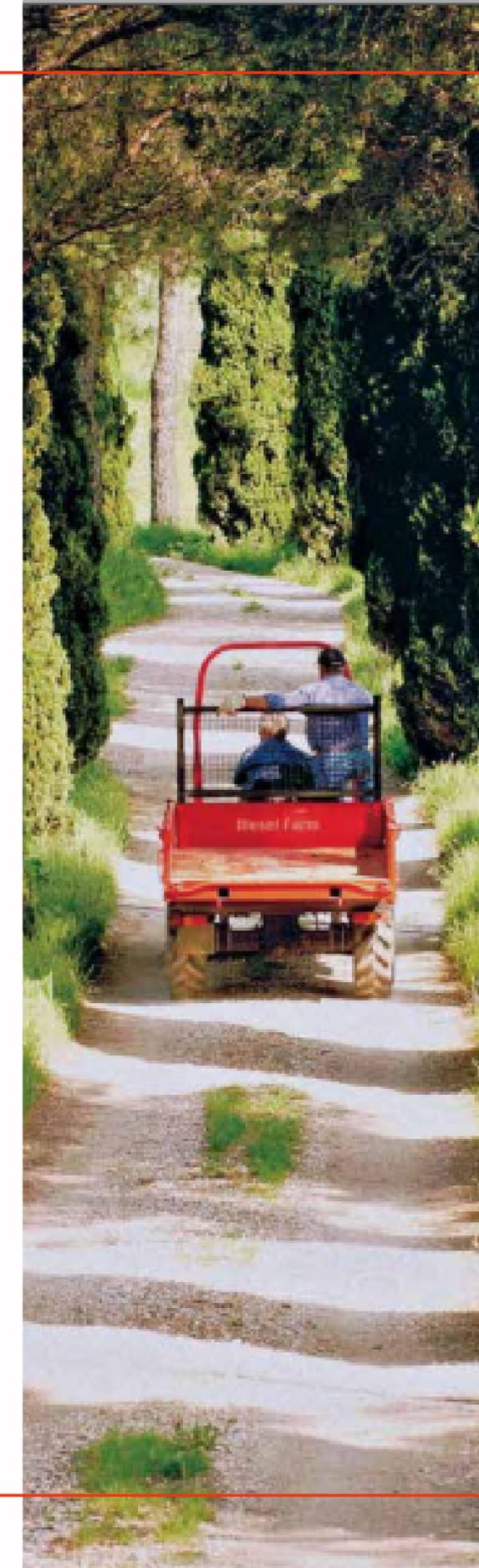
Lusso, moda e vino. Tre grandi protagonisti per tre eventi ottobrini in altrettante città straordinarie, le Vendemmie di Milano (dall'11 al 17 ottobre), Roma (dal 18 al 24 ottobre) e Venezia (long weekend dal 22 al 24 ottobre). Per l'occasione, torna il magazine Gentleman Gambero Rosso, con tre edizioni dedicate alle città.

Nato dalla fusione di due competenze riconosciute dal mercato, quella di Gentleman nel settore lifestyle e quella di Gambero Rosso nel rating enogastronomico (entrambi i brand sono del gruppo Class Editori), Gentleman Gambero Rosso Vendemmie segue l'intuizione di Guglielmo Miani, imprenditore e presidente di Monte Napoleone District, che nel 2009 ha inventato per il celebre quadrilatero una manifestazione che unisse due eccellenze italiane, la moda e il vino. A Roma il testimone è stato raccolto con successo da Andrea Amoruso Manzari, che quest'anno organizza la quarta edizione di Vendemmia, mentre a Venezia debutta Associazione piazza San Marco, new entry.

In due lingue, italiano e inglese, Gentleman Gambero Rosso viene distribuito durante le tre manifestazioni nelle boutique e agli eventi più importanti che animano le kermesse.

Non solo. In versione digitale, viene veicolato dalla C-Suite (40mila ceo, cfo, coo, cmo...) di Global Finance, mensile di economia politica, controllato da Class Editori e pubblicato a New York.

Un progetto circolare, che valorizza l'italian lifestyle un sistema, ricchissimo di sollecitazioni, che nell'immaginario mondiale offre un filo conduttore che sfiora e riaffiora continuamente, il cibo e il vino, sintesi materiale della sapienza italiana di rendere più amabile e civile la vita.



GENTLEMAN VENDEMMIA 2021: ENGAGEMENT E DISTRIBUZIONE

ROMA

ATTIVITA' DI ENGAGEMENT

- LUNEDÌ 18/10 1° GIORNO: INIZIO EVENTO VENDEMMIA, FORUM "RESTART" & BRAND MANAGER COCKTAIL
- MARTEDÌ 19/10 2° GIORNO: WINE TASTING DOC ROMA E DOC FRASCATI A PALAZZO FERRAJOLI
- MERCOLEDÌ 20/10 3° GIORNO: GALA COCKTAIL PALAZZO DELLA PORTA NEGRONI CAFFARELLI (VIA CONDOTTI)
- GIOVEDÌ 21/10 4° GIORNO: COCKTAIL PARTY
- VENERDÌ 22/10 5° GIORNO: WINE TASTING CGC, SHOPPING EXPERIENCE
- SABATO 23/10 6° GIORNO: JAGURA E VINTAGE DAY, SHOPPING EXPERIENCE
- DOMENICA 24/10 7° GIORNO: TERMINE EVENTO VENDEMMIA

DISTRIBUZIONE

- SABATO 16/10 – DISTRIBUZIONE DELLE COPIE NEGLI HOTEL, RISTORANTI SELEZIONATI E COINVOLTI NELL'EVENTO VENDEMMIA
- LUNEDÌ 18/10 – DISTRIBUZIONE DELLE COPIE NEI NEGOZI E PUNTI VENDITA SELEZIONATI E COINVOLTI NELL'EVENTO VENDEMMIA
- MERCOLEDÌ 20/10 - DISTRIBUZIONE DELLE COPIE NELLE EDICOLE DI ROMA E MILANO CITTÀ E NELLE TAPPE DEL GAMBERO ROSSO WORLD TOUR.

MILANO

ENGAGEMENT E DISTRIBUZIONE

- COCKTAIL LUNEDÌ 11 OTTOBRE LANCIO EVENTO
- ASTA BENEFICA BATTUTA DA CHRISTIE'S AL PRINCIPE DI SAVOIA IN PARTNERSHIP CON COMITATO GRANDI CRU PER DYNAMO CAMP: MARTEDÌ 12 OTTOBRE
- WINE TASTING DELLE MIGLIORI ETICHETTE DEL COMITATO GRANDI CRU : VENERDÌ 15 OTTOBRE, PROBABILMENTE A PALAZZO SERBELLONI (QUESTO DA VERIFICARE)
- MAILING LIST 200 TOP SPENDERS MONTENAPOLEONE DISTRIC (MAPPA VENDEMMIA, GGR VENDEMMIA E LETTERA)
- ALBERGHI E RISTORANTI IN CITTÀ
- SERATA GIOVEDÌ 14 OTTOBRE , DOVE POSSIBILE, NELLE BOUTIQUE CHE PARTECIPANO (SARANNO UNA PARTE MINORE)

Gentleman
EXTRA ISSUE

TWT TOP WORLD TREASURES

EDICOLA: FINE OTTOBRE
MAIN TOPIC: I MIGLIORI GIOIELLI/OROLOGI



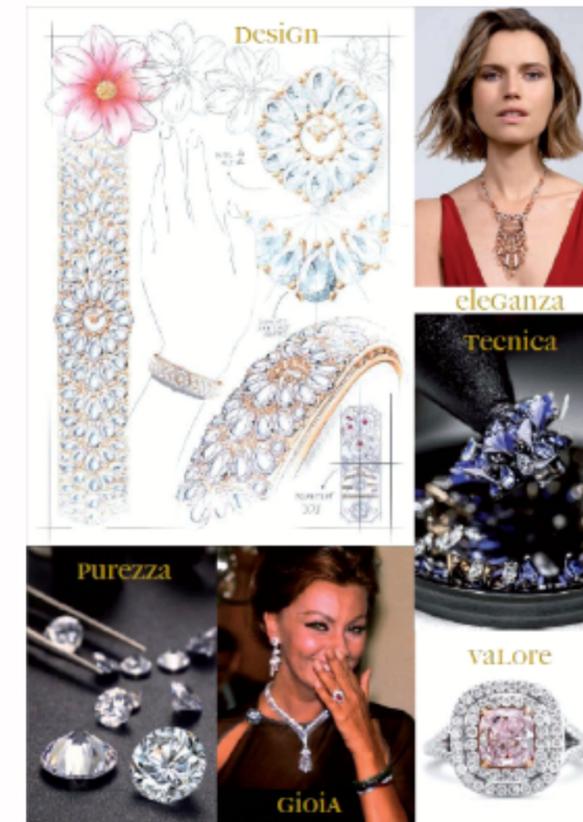
GENTLEMAN EXTRA ISSUE TWT - TOP WORLD TREASURES

Class Editori presenta una nuova iniziativa editoriale dedicata al mondo della gioielleria e dell'orologeria e destinata a diventare in breve tempo il punto di riferimento internazionale per il settore.

TWT - Top World Treasures, un libro-magazine che riunisce marchi leggendari, come Cartier, Bulgari e Damiani o Rolex, Patek Philippe e Jaeger-LeCoultre; marchi iconici, come Vhernier, Marco Bicego, Mattioli e per gli orologi, Corum, Bell&Ross e Paul Picot; marchi fashion, come Armani e Dolce&Gabbana che, provenendo da grandi storie di moda, si sono affacciati nel mondo dell'oro, delle pietre preziose e delle lancette solo in tempi più recenti; fino ai Jewellers (o retailer), come Rocca, Pisa, Verga, Palumbo&Gigante e molti altri.

Costoro, i veri protagonisti del mercato, hanno fatto la storia del settore, decretato il successo dei grandi brand e sono ormai il punto di riferimento dei big spender internazionali. Un mondo straordinario, interessante da scoprire, conoscere e percorrere, che per la prima volta sarà raccontato a tutto tondo.

Ideato e sviluppato da Marco Pocaterra, diamond expert riconosciuto dal settore, insieme con Class Editori, TWT - Top World Treasures è molto più di un volume, è un progetto che inizia con il libro-magazine firmato da Gentleman, il primo mensile di lifestyle in Italia, nato 20 anni fa come allegato del quotidiano MF Milano Finanza. Gentleman, pensato per gli uomini (e le donne) che amano la vita, è il palcoscenico naturale per un racconto di creazioni preziose, uniche, esclusive.



Gentleman

il mensile per gli uomini che amano la vita
