

madame FIGARO

Αγορά

Ο Όμιλος Αττικών Εκδόσεων ανέλαβε να εκδώσει για πρώτη φορά στην Ελλάδα τη Madame Figaro το Νοέμβριο του 1994. Τα κύρια ανταγωνιστικά έντυπα στην ελληνική και παγκόσμια αγορά ήταν και είναι τα *Elle*, *Marie Claire*, *Vogue*. Στην Ελλάδα, ειδικότερα, στους ανταγωνιστές συγκαταλέγονται και τα *Votre Beauté*, *Diva*, *In Style*.

Η συντακτική ομάδα της ελληνικής Madame Figaro αποτελείται από 14 διακεκριμένους συντάκτες-δημοσιογράφους, ενώ ο όμιλος εμφανίζεται στην ελληνική αγορά και με 16 ακόμα ιδιαίτερα επιτυχημένους τίτλους: *Playboy*, *Celebrity*, *Harper's Bazaar*, *Mirror*, *Shape*, *Grazia*, *Τηλεθεατής*, *Τηλέραμα*, *Ιδέες & Λύσεις για το Σπίτι*, *Κουζίνα & Ποιότητα Ζωής*, *Playstation 2*, *PC Magazine*, *T3*, *Top Hotels*, *Prestige* και *Homes*.

Εκτός Ελλάδος, ο Όμιλος Αττικών Εκδόσεων έχει παραχωρήσει τα δικαιώματα έκδοσης της Madame Figaro στην Κύπρο στον όμιλο εταιρειών ΔΙΑΣ.

Επιτεύγματα

Σε επίπεδο αναγνωσιμότητας, η Madame Figaro αποδεικνύει συνεχώς την ανοδική της πορεία. Το 2005 έκλεισε με αναγνωσιμότητα μέσου τεύχους 3,9% και 247.400 αναγνώστριες/τες (μέσος όρος έτους), ενώ το 2006 με 4,5% και 290.000 αναγνώστριες/τες (μέσος όρος έτους).

Το πρώτο διάστημα μέτρησης του 2007 πρωταγωνιστεί με 4,6% και 304.000 αναγνώστριες/τες. Είναι το Νο1 περιοδικό ανάμεσα στα γυναικεία μηνιαία περιοδικά κανονικού σχήματος σε όλα τα σημαντικά κοινά. Ενδεικτικά, υπερέχει στα ηλικιακά γκρουπ 18-44, 18-34, 25-44, 35-44 ανάμεσα στις γυναίκες ανώτερης/ανώτατης & μέσης κοινωνικο-οικονομικής τάξης (Πηγή: Focus Bari Report, 2007A).

Ο μέσος όρος πανελλαδικής κυκλοφορίας του εντύπου είναι 39.500 τεύχη για το 2007, παρουσιάζοντας αύξηση 10% σε σχέση με το 2006 (Πηγή: Πρακτορείο Διανομής Τύπου Άργος). Αξίζει να σημειωθεί ότι το τεύχος Αυγούστου 2007 πούλησε 47.370 τεύχη.

Σε διαφημιστική απορρόφηση, η Madame Figaro έρχεται επίσης πρώτη ανάμεσα στα ανταγωνιστικά έντυπα, με 2.623 σελίδες για το 2006. Τα διαφημιστικά έσοδα για το ίδιο έτος ανήλθαν σε 26.193.620

ευρώ (Πηγή: Media Services).

Αντίστοιχα, η κυριακή Madame Figaro είναι πρώτη σε αναγνωσιμότητα, με μέσο όρο 45.000 αναγνώστριες κάθε μήνα.

πρώτα της βήματα στη διεθνή αγορά, παραχωρώντας δικαιώματα σε ξένους εκδότες. Τον Οκτώβριο του 1988 εμφανίζεται με τίτλο *Maxima* στην Πορτογαλία και στη συνέχεια κατακτά και άλλες χώρες της Ευρώπης διατηρώντας το «μπρικό» τίτλο.

Στην Ελλάδα κυκλοφορεί για πρώτη φορά το Νοέμβριο του 1994. Σήμερα, εκτός από τις χώρες που αναφέρθηκαν, κυκλοφορεί ακόμη σε Ιαπωνία, Κίνα, Κορέα, Κύπρο, Ρωσία, Ταϊβάν, Ταϊλάνδη και Τουρκία.

Ειδικά στην Ασία η απήχηση του περιοδικού είναι ιδιαίτερα έντονη. Στην Ιαπωνία κυκλοφόρησε το Μάρτιο του '90 και έγινε γρήγορα ο κυρίαρχος τίτλος του ιαπωνικού γυναικείου Τύπου, με ειδικευση στους ταξιδιωτικούς οδηγούς.

Η εξαιρετική πορεία της Madame Figaro στη

γενέθλια χώρα της οδήγησε στη δημιουργία, το 1996, ενός περιοδικού διακόσμησης, του *Maison Figaro*. Με 6 εκδόσεις το χρόνο, ο νέος αυτός τίτλος υιοθετήθηκε και στην Ελλάδα, το Μάιο του 1997. Αρχικά μηνιαίο, το ελληνικό *Maison Figaro* έγινε τον Ιανουάριο του 2004 τριμηνιαίο και στη συνέχεια extra τεύχος της Madame Figaro. Αν και το Δεκέμβριο του 2004 ο γαλλικός τίτλος συγχωνεύτηκε με το *Maison Francaise*, στην Ελλάδα συνεχίζει μέχρι σήμερα να διατηρεί την αρχική ονομασία του ως τριμηνιαίο extra έκδοση της Madame Figaro.

Ιστορία

Η Madame Figaro κυκλοφόρησε πρώτη φορά στη Γαλλία, το Μάιο του 1980. Ιδρυτής της ήταν ο ιδιοκτήτης της εφημερίδας *Le Figaro*, Robert Hersant, ο οποίος αποφάσισε να «ενισχύσει» την εφημερίδα με ένα ένθετο γυναικείο περιοδικό. Ξεκίνησε ως μηνιαία έκδοση, αλλά τρία χρόνια μετά άλλαξε πολιτική και έκανε την εμφάνισή της κάθε δεύτερο Σαββατοκύριακο. Δεν πρόλαβε ωστόσο να περάσει ένας χρόνος και το 1984 αλλάζει και πάλι γραμμή, αποκτώντας την οριστική της, εβδομαδιαία μορφή.

Ήδη από τα πρώτα του βήματα το ύφος του περιοδικού είναι τολμηρό, με ιδιαίτερα αιχμηρό λόγο, που απευθύνεται κυρίως στη μέση και ανώτερη αστική τάξη. Ο θεματικός άξονάς του καλύπτει τους τομείς της μόδας, της ομορφιάς, του πολιτισμού και του lifestyle και πολύ γρήγορα εδραιώνεται στη συνείδηση τόσο του κοινού όσο και των διαφημιστών ως ένα από τα πλέον επιδραστικά γυναικεία έντυπα στη Γαλλία.

Μετά τη γρήγορη επιτυχία της στη Γαλλία, η Madame Figaro αποφασίζει να κάνει τα





Σήμερα η Madame Figaro έχει θέσει ως στόχο να επεκταθεί και στις ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ιταλία, την Ισπανία και διάφορες χώρες της Λατινικής Αμερικής, όπως επίσης να εδραιώσει την παρουσία της στην Ασία και στην Ανατολική Ευρώπη.

Προϊόν

Η Madame Figaro είναι ένας τίτλος με ισχυρή παράδοση και αξιοπιστία τόσο στην ξένη όσο και στην εγχώρια αγορά. Εμπνέει τις αναγνώστριες να προσδιορίσουν αυτόνομα την ταυτότητά τους, ανακαλύπτοντας μέσα από τις ποικίλες εκδόσεις της σύγχρονης καθημερινότητας αυτό που για τις ίδιες είναι σημαντικό και αληθινό. Το περιοδικό επιλέγει τη θεματολογία του με κριτήριο τα ενδιαφέροντα της σύγχρονης γυναίκας. Συγκεκριμένα, η μόδα καλύπτει το 35% της ύλης του εντύπου, οι σχέσεις, τα θέματα ψυχολογίας και οι σύγχρονες τάσεις επίσης ένα 35%, η υγεία και η ομορφιά καταλαμβάνουν το 20% και, τέλος, οι προτάσεις τρόπου ζωής το 10%.

Σημαντική θέση στην ύλη έχει η προβολή κορυφαίων προσωπικοτήτων από το χώρο της τέχνης, της showbiz, της πολιτικής, των επιχειρήσεων, της δημοσιογραφίας. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι στη Madame Figaro έχουν εμφανιστεί και δώσει συνέντευξη ο πρωθυπουργός Κώστας Καραμανλής και η σύζυγός του, η Έλλη Στάη, ο Στέλιος Χατζηιωάννου, ο Ζαν Πολ Γκοτιέ, ο Καρλ Λάγκερφελντ, η Παλόμα Πικάσο, η Σίντι Κρόφορντ, ο Τομ Κρουζ, ο Χάρισον Φορντ, ο Κέβιν Κόσντερ και πλήθος άλλων Ελλήνων και ξένων.

Λόγω της αυξημένης ζήτησης για κάλυψη θεμάτων σε συγκεκριμένους τομείς, η Madame Figaro σε όλη τη διάρκεια του έτους συνοδεύεται από extra τεύχη, όπως είναι το Fashion, το Beauty & Wellness, το Auto, το Κόσμημα, το Παιδί...

Η πρώτη εντύπωση που έκανε η Madame Figaro στο ελληνικό αναγνωστικό κοινό ήταν ότι συνδύαζε τη γαλλική κομψότητα με την ελληνική κουλτούρα και τον ελληνικό τρόπο ζωής. Στα 13 χρόνια που ακολούθησαν, το περιοδικό διατήρησε το προφίλ και τα στοιχεία που το έκαναν να ξεχωρίσει, όπως την ανάλαφρη γραφή, την τεκμηριωμένη άποψη, το χιούμορ, τις καθαρές φωτογραφίες. Όπως ταιριάζει σε κάθε σοβαρό δημοσιογραφικό θεσμό, επιλέγει να ενημερώνει τις αναγνώστριες για ο,τιδήποτε συμβαίνει γύρω τους, κρατώντας πάντα νηφάλιες αποστάσεις από τα θέματα που παρουσιάζει.

Με την αξιοπιστία και τη σταθερότητά της, η Madame Figaro κατόρθωσε να αποκτήσει ένα πιστό, σταθερό αναγνωστικό κοινό. Ο μέσος όρος ηλικίας των αναγνώστριών της είναι τα 33 χρόνια. Πρόκειται για γυναίκες ανώτερου-ανώτατου μορφωτικού επιπέδου, στην πλειοψηφία τους εργαζόμενες, που διαθέτουν οικονομική άνεση, ταξιδεύουν και γενικά έχουν ένα υψηλό βιοτικό επίπεδο.

Πρόσφατες εξελίξεις

Τον Οκτώβριο του 2004 ο όμιλος Mondadori, η μεγαλύτερη εκδοτική εταιρεία περιοδικού τύπου στην Ιταλία, αύξησε τη συνολική συμμετοχή του στις Αττικές Εκδόσεις στο 40%. Το γεγονός αυτό δίνει ξεχωριστή ώθηση στην πολιτική ανάπτυξης του Ομίλου των Αττικών Εκδόσεων τόσο για την περαιτέρω ενίσχυση του ηγετικού ρόλου του στο χώρο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης όσο και για την από κοινού επέκταση με τον Ιταλικό Όμιλο σε χώρες της Ανατολικής και Κεντρικής Ευρώπης.

Πρωώθηση

Ο σημαντικότερος παράγοντας για την κυρίαρχη θέση της Madame Figaro ανάμεσα στα γυναικεία έντυπα παραμένει η σχέση τιμής-προϊόντος. Το περιοδικό, σε αντίθεση με τα περισσότερα ανταγωνιστικά έντυπα, συγκράτησε την τιμή του και, ακόμη και όταν ενίσχυσε την παρουσία του με την προσφορά δώρου, η τιμή του εξακολούθησε να είναι προσιτή για τη μέση καταναλώτρια.

Ένας άλλος παράγοντας της ανοδικής πορείας του είναι η σταθερή παρουσία των extra τευχών με ολοκληρωμένη μορφή ή και αυθύπαρκτα (Maison Figaro). Ουσιαστικά, το κοινό έχει στη διάθεσή του δύο ή και περισσότερα περιοδικά στην τιμή του ενός.

Η συνέπεια στο προφίλ της Madame Figaro, η αμεσότητα, το οικείο ύφος και η φιλική στάση της απέναντι στο αναγνωστικό κοινό όλα αυτά τα χρόνια αιτιολογεί τις διαρκώς αυξανόμενες πωλήσεις. Χαρακτηριστικά, το 2006 έφτασε τα 450.000 τεύχη (Πηγή: Άργος).

Αξίες

Το μότο που συνοδεύει την ελληνική Madame Figaro από την πρώτη ημέρα κυκλοφορίας της είναι «η αποθέωση της γυναίκας». Προσανατολισμένη στη σύγχρονη εποχή, βλέπει τη γυναίκα ως ένα ανεξάρτητο, αυτόνομο ον, που δε διστάζει να πειραματιστεί με το νέο, ενώ ταυτόχρονα αγαπά και εκτιμά το κλασικό. Προβάλλει ως ιδανικά της την ελευθερία γνώμης και το προσωπικό στυλ και πριμοδοτεί τις λεγόμενες «θηλυκές» αξίες, όπως είναι η συγκατάβαση, η ευγένεια, η κομψότητα, η αλληλεγγύη.



Η Νταϊάν Κρούγκερ σβήνει τα δέκα κεράκια στην τούρτα της Madame Figaro, Μεγάλη Βρετανία, Νοέμβριος 2004

Ίσως δε γνωρίζατε ότι...

- Η πολιτική του περιοδικού είναι να φωτογραφίζει μόνο Ελληνίδες εξώφυλλα. Οι μόνοι άντρες που εμφανίστηκαν εξώφυλλο στη Madame Figaro ήταν ο Κώστας Καραμανλής, μαζί με τη σύζυγό του Νατάσα, το Φεβρουάριο του 2000 και ο Σάκης Ρουβάς τον Αύγουστο του 2004.
- Το 2002 το Madame Figaro διοργάνωσε τη γιορτή μόδας Fashion Awards με τηλεοπτική κάλυψη.
- Το 2004 δεκάδες φίλοι από το χώρο της μόδας και της τέχνης ευχήθηκαν στο περιοδικό για τα δέκα χρόνια κυκλοφορίας του χαρίζοντάς του ένα έργο τους. Ανάμεσα τους οι Χάρης & Άγγελος, Δούκας Χατζηδούκας, Deux Hommes, Δημήτρης Μυταράς.
- Στη λαμπερή δεξίωση για τα δέκατα γενέθλια της Madame Figaro στο ξενοδοχείο Μεγάλη Βρετανία, guest star της βραδιάς ήταν η λαμπερή ηθοποιός Νταϊάν Κρούγκερ.
- Το Cine Club της Madame Figaro, ένας θεσμός που δίνει κάθε μήνα τη δυνατότητα στους αναγνώστες να δουν μια ταινία σε avant premiere, είναι εξαιρετικά δημοφιλές.
- Το ζώδιο της Madame Figaro είναι Σκορπιός. Λίγο πριν γεννηθεί, ο Ήλιος και η Σελήνη μαζί με την Αφροδίτη είχαν βγει από μια σύνοδο-σύζευξη με τον τυχερό πλανήτη Δία, μια σύνοδο που χαρακτηρίζει όλους τους VIPs.

YIN AND YANG

Τίποτα δεν φαίνεται καλύτερο το μαύρο από το λευκό. Κανένας συνδυασμός δεν μπορεί να δημιουργήσει τόσο look -punk, mad, ladylike, ανδρικό-όπως το σαμπρόνιο.

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΘΑΝΑΣΗΣ ΚΡΗΤΗΣ (9416) ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΠΑΤΑ ΔΙΟΝΥΣΟΠΟΥΛΟΥ

