

Gentleman nopib välja parima

TEKST MONICA RAUD – FOTO MEELI KÜTTIM

“Gentleman on ajakiri meestele, kes armastavad elu. Me ei soovi minna iga kuu sügavuti probleemidesse, me näitame elu ilusat külge,” sõnastab ajakirja idee Giulia Pessani, Gentleman Itaalia peatoimetaja. Ja ehkki riikide lõikes tuleb ette erinevusi, on arusaam ilusast elust kõikjal sarnane.

Alustasite Gentlemaniga juba kümme aastat tagasi?

Jah, toona ilmus Gentleman neli korda aastas, oli teise formaadiga ja üldse teistsugune kui praegu. Kuus aastat tagasi otsustasin ajakirja välimust ja kontseptsiooni muuta ning see hakkas ilmuma praegusel kujul, koos oma ironiliste ja säravate fotodega.

Kuidas erineb Gentleman teistest meesteajakirjadest?

Kui kümme aastat tagasi alustasime, olid turul meesteajakirjad, nagu FHM, GQ jt. Me otsustasime minna teist teed. Meil ei ole alasti naisi. Kui Gentlemanis on naised, on nad väga elegantsed, samuti räägime naistest kaunitest kinkide, ehete, romantiliste nädalalõppude ja muu säärase kaudu.

Gentleman on ajakiri meestele, kes armastavad elu. Me ei soovi minna iga kuu sügavuti probleemidesse, me näitame elu ilusat külge. Võiks arvata, et see on pealiskaudne, aga ei ole. Me oleme majandusajalehe igakuine ajakiri, meie sihtgrupp on ettevõtlikud inimesed, kes iga päev kõvasti tööd teevad ja raha teenivad. Me tahame neile öelda iga kuu, kuidas parimal moel oma raha kulutada. Mitte lihtsalt tarbida, vaid saada emotsioone, end paremini tunda, oma elustiili parandada.

Milline on selle ajakirja positsioon Itaalia turul?

Gentleman on liider. Viimase kaheksa aasta jooksul on ka teised kirjestused alustanud sarnaste ajakirjadega, sest see on edukas valem. Gentlemanil on siiski oma nägu ja seda hinnatakse väga.

Mida Gentlemani lugejad armastavad, millele nad kulutavad?

Itaalia meeste suurim kirk on kahtlematult mootorid. Neil peavad olema autod ja merekaater. Siis tulevad kellad, Itaalias on palju kellakolleksionääre. Muidugi mood – klassikaline mood, aga ka viimase viie aastaga üha menukamaks muutunud *upper casual* ehk näiteks ülikond ja tennised 35aastase ärimhehe seljas. Muidugi meeldivad neile ka vein ja šampanja, head restoranid, ilusad hotellid.

Me ei unusta ka kodu – seal hindavad Itaalia mehed kööki, kõrgtehnoloogilist vanni, *dolby surround*-süsteemi ja kodukino. Ka kõrgtehnoloogilisi mänguasju, nagu pihuarvutid ja mobiiltelefonid. Me soovitame alati ka raamatuid, mis ei maksa palju, kuid on väga olulised vaimule. Väga sageli on Gentlemanis artiklid kunstist, peale kunsti armastavad Itaalia mehed investeerida ka antiiki.



Gentleman Eesti toimetaja Monica Raud ja Gentleman Itaalia peatoimetaja Giulia Pessani Milano toomkiriku taustal veebruaris 2008.

Kas kunsti kogumine on Itaalias populaarne?

Jah, väga. Näiteks noored pankurid ja advokaadid armastavad koguda kunsti ja korraldada sõpradele pidusid, mille käigus tutvustavad oma kogu. Ja võib-olla kutsuvad eksperdi, kes räägib lähemalt kõnealustest teostest. Ma arvan, et see pole pelgalt trend, vaid ehtne kirk, sest kunst on tõesti huvitav ja muutub üha huvitavamaks, mida sügavamale sa kaevud ja mida rohkem sellest teada saad. Uusi kunstnikke ja teoseid avastades oma kollektsiooni täiendamine on põnev.

Gentleman - on see pigem itaialilik või kosmopoliitne ajakiri?

Ma arvan, et tänapäeva häärmehed on kosmopoliitsed. Meie ajakiri on rahvusvaheline, kuna me ei kirjuta ainult sellest, mis on *made in Italy*, vaid anname edasi itaialilikku elustiili. See tähendab suhtumist valida elus parim. Muidugi on mõned erinevused – näiteks itaallastele on eksootika reisida sügavale põhja ja ööbida jäähotellis, eestlastele on eksootiline tulla Napolisse ja näha vulkaani. Kuid näiteks Veneetsiat või Londonit hinnatakse igal pool.

