

# OTROTIPO

*dossier comercial 2010*

# OIRO TIPO

*Objeto de culto  
para caballeros  
andantes.*



# OTRO TIPO

*Representa un nuevo concepto editorial que nos habla de un hombre distinguido por su imagen, elegante en las formas, irreverente de espíritu y masculino en su actitud, donde aparecen como referentes sus personajes favoritos de la ficción (cómic, cine, literatura...)*

*Es un contenedor gráfico dirigido a un tipo de elevado poder adquisitivo y cultural que demanda contenidos relacionados con las tendencias en un código reconocible para él.*

*Nace como una declaración de amor al **coleccionismo**, con la vocación de convertirse en un objeto de culto.*

*Las marcas se integran en los contenidos con **publicidades exclusivas** y adaptadas a cada **temática**.*

*Anunciantes asociados a la **exclusividad** de **Otrotipo** a los prescriptores masculinos y femeninos de primera línea vinculados a los personajes de ficción que versionan.*



# Contenidos.

**Tecnología, arte, viajes, moda, ciencia, criminología, psicología, deportes...**  
**Secciones asociadas al tema central de cada entrega.**

*El hombre necesita un lenguaje más cercano, más sencillo ...*

**Un código masculino  
para hablar de estética y tendencias.**

*En un formato revolucionario de tapa dura, la revista evoluciona hacia unos elementos únicos, aventureros, heroicos... con una temática basada en personajes de ficción que sirven de referencia a cada contenido.*

## **Referentes inspiradores de Otrotipo**

---

### **Primera temática:**

*Corto Maltés*

*Protagonista:*

*Hugo Silva*

### **Segunda temática:**

*El espionaje*

*Protagonista:*

*Iván Sánchez*

### **Tercera temática:**

*El Hombre Lobo*

*Protagonista:*

*Óscar Jaenada*

### **Personajes femeninos:**

*Laura Sánchez, Blanca Romero y Amaia Salamanca.*





Exclusividad.

COLECCIONISMO.

Edición  
Limitada.

TEMÁTICA  
ATEMPORAL.

Publicidad  
que permanece.

# *Datos Técnicos.*

## **Periodicidad**

*Semestral. Estacional (Otoño/invierno. Primavera/verano)*

## **Tirada**

*8.000 ejemplares.*

## **Distribución**

### **Puntos de venta:**

*Tiendas VIPS, tiendas RELAY (Madrid, Barcelona y Sevilla),  
tiendas de Museos de arte contemporáneo Guggenheim de Bilbao,  
Museo Reina Sofía de Madrid, Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA),  
Museo Valenciano de la Ilustración y la Modernidad (MUVIM),  
MUSAC de León, Círculo Bellas Artes de Madrid,  
librerías de arte y fotografía a nivel nacional.*

### **Puntos de lectura y colaboradores:**

- *Cadena Room-Mate Spain*
- *ME (Madrid y Barcelona)*
- *AC (Santo Mauro, Palacio del Retiro y Recoletos)*
- *Rusticae Hotels*
- *Escuelas de diseño y moda (IED y CEV)*

*Bbdd particular de la empresa editora: 1.000 ejemplares.*

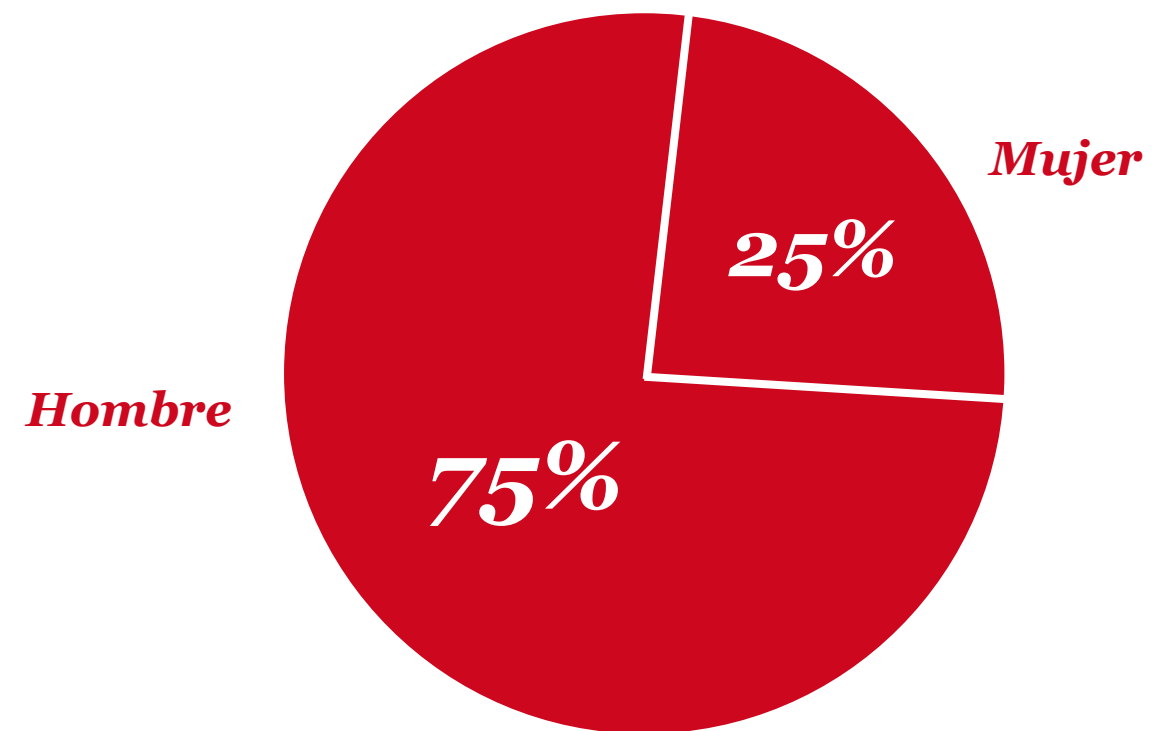
# Target.

***Nuestro lector es Otro tipo de hombre.***

## ***Primario***

*HOMBRE de 28 a 48 años*

*Urbano,  
Cosmopolita,  
Vanguardista,  
Activo,  
Aventurero,  
Viajero,  
Atrevido,  
Con inquietudes creativas  
Comprometido socialmente. Poder adquisitivo medio- alto y alto.  
Amante de la moda y las tendencias, abierto a experimentar en el plano estético.  
Con amplio abanico de aficiones e inquietudes: cine, deporte, TV, cómic...*



## ***Secundario***

*MUJER de 25 a 45 años*

*Urbana,  
Cosmopolita,  
Activa.  
  
Poder adquisitivo medio- alto y alto*

*Nuestro lector potencial  
es un tipo que forma parte  
de una generación  
que escapa de la uniformidad,  
buscando la **exclusividad**  
**y el coleccionismo** de objetos  
y marcas que representan valores  
significativos para él.*

*La revista coleccionable*

**OTRO TIPO**

*estaría situada en un segmento exclusivo,  
**sin referentes**  
**en el mercado editorial**  
nacional e internacional.*

***Adaptamos las tendencias***

*a la individualidad  
de cada hombre  
y a sus personajes  
favoritos  
de la ficción.*



# **OTROTIPO**

*dossier comercial 2010*

|                          |                                                     |                            |                     |
|--------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------|---------------------|
| <b>Eduard Crisenti</b>   | <i>Editor</i>                                       | <i>eduard@otrotipo.com</i> | <i>622 500 474</i>  |
| <b>Sonia G. Iglesias</b> | <i>Dir.<sup>a</sup> de Márketing y Comunicación</i> | <i>xonia@otrotipo.com</i>  | <i>673 71 88 86</i> |
| <b>Jara Bedmar</b>       | <i>Directora de Publicidad</i>                      | <i>jbedmar@otrotipo.es</i> | <i>639 22 44 85</i> |

---

**One 4 all Comunicación S.L.**

*91 522 42 75*

*C/ Carretas 14. 2º I. Puerta 1. 28012 Madrid*