MEDIA KIT 2026



RR

luxury • personalities • business

RR
luxury • personalities • business

For over 20 years

we have been writing the history of luxury in Russia

RR is an expert in the world of luxury in all its manifestations and segments. Luxury in today's context is not merely synonymous with 'the most expensive things in the world'. We actively track new trends, showcasing revolutionary products and experiences that make them iconic.
We don't just present; we also inspire.



RR
luxury • personalities • business

AUDIENCE

Readers of RR are innovators and entrepreneurs with a forward-looking perspective

They value their time, stay open to new experiences and ideas, and have high standards for the items they surround themselves and their loved ones with, as they choose only impeccable style and the highest quality

Age: 35+ **70%**

Income: magazine CC+ **54,8%** site CC+ **50%**

Source: Yandex Metrika 2025–2026

Website

Social Status

- **50%** Top Managers
- **35%** Business Owners
- **15%** Officials

Gender

- **70%** Men
- **30%** Women

Magazine

Social Status

- **48%** Top Managers
- **33%** Business Owners
- **19%** Officials

Gender

- **67%** Men
- **33%** Women

RR
luxury • personalities • business

DIGITAL

robb.report

500 000
unique visitors per month

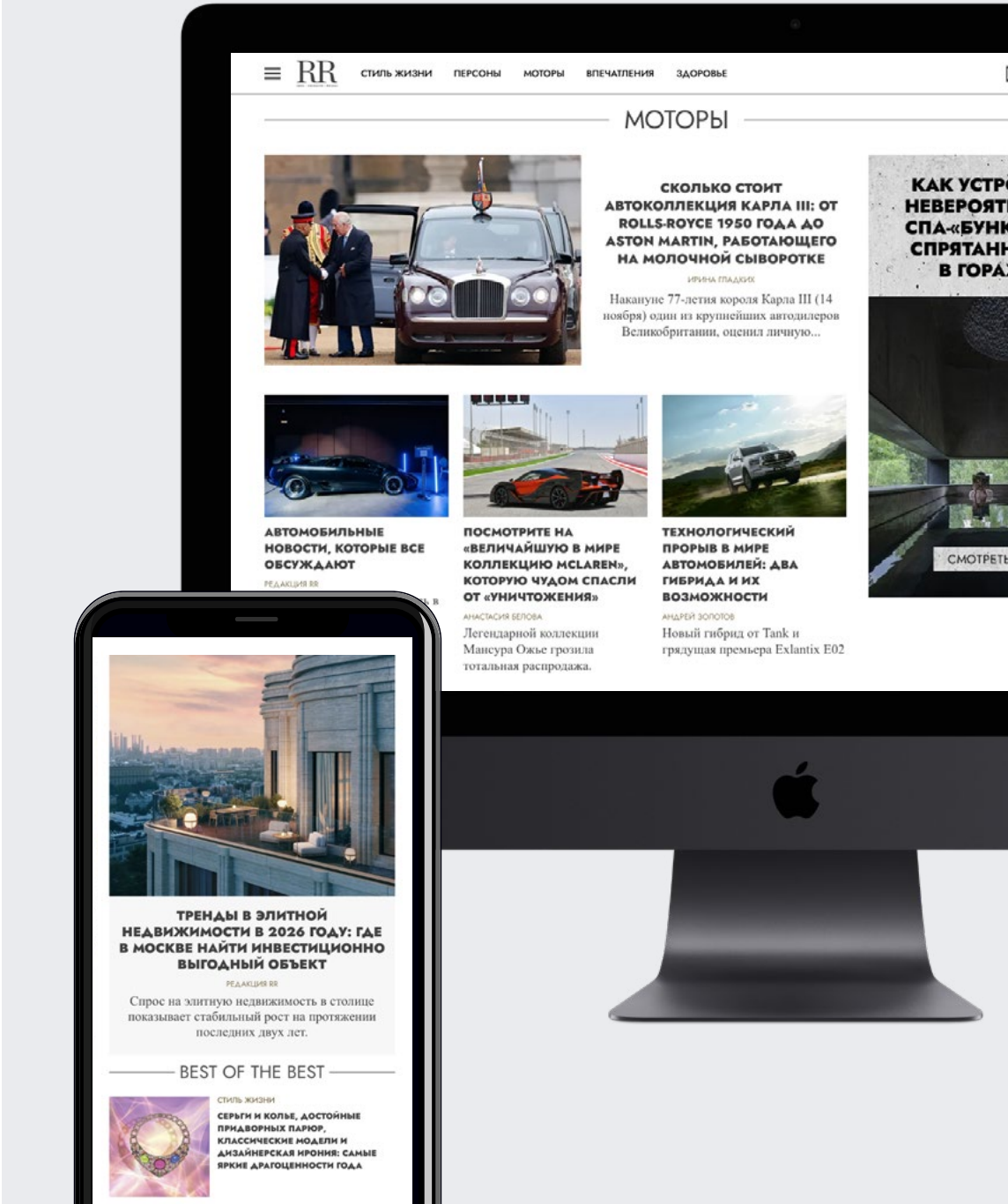
1 200 000
views per month

2,4 min.
screen time

2,6 pp.
visit depth

Social media

30 000



RR
luxury • personalities • business

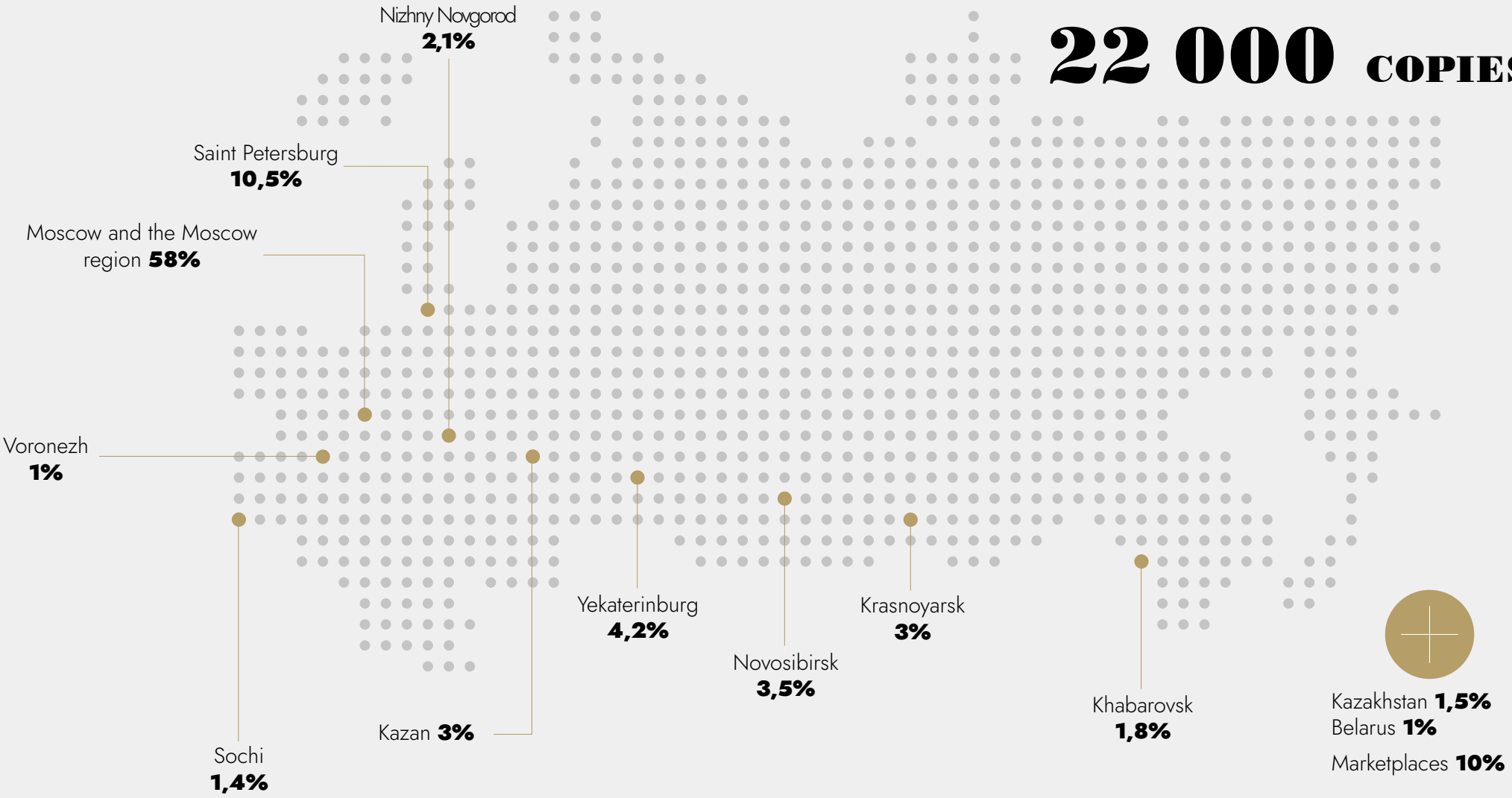
THEMES 2026 SCHEDULE

		Ad materials	Moscow Release
February	Oriental Issue	**29.12.25**	**31.01.26**
March	Women's issue, charity	**10.02.26**	**07.03.26**
April	Best of wellness	**17.03.26**	**11.04.26**
May–June	Yachts & Seaside Leisure/SPIEF	**15.04.26**	**16.05.26**
July–August	Real Estate & Design	**16.06.26**	**11.07.26**
September	Best of the Best	**04.08.26**	**05.09.26**
October	Wine Special Issue	**15.09.26**	**10.10.26**
November	Jewelry Issue/wellness	**20.10.26**	**14.11.26**
December–January	Ultimate gift guide	**17.11.26**	**12.12.26**

RR
luxury • personalities • business

MAGAZINE CIRCULATION

22 000 COPIES



Worldwide delivery!

RR
luxury • personalities • business

DISTRIBUTION

PARTNERSHIP PROGRAMS

Moscow Hotels

Radisson Collection Moscow, Ararat Park Hyatt Moscow, Balchug Kempinski Swissol'sl Krasnye Holmy, Lotte Hotel Moscow, Four Seasons, The Carlton Hotel

Sochi hotels

Swissotel Kamelia Sochi

Saint-Peterburg hotels

Grand Hotel Moika 22, Four Seasons

Nizhny Novgorod Hotels

Sheraton hotel

Kazan hotel

Kazan Palace hotel by Tasigo

BUSINESS HALL

Alfa Only lounge Sheremetyevo Airport, Alfa Only Sochi, Alfa Only Leningradskiy station

CLUB/RESTAURANTS

Moscow City Golf Club, House of Russian Billiards — Moscow, Regent Restaurant, Soho Restaurant, Butler Restaurant, Peach Restaurant, Rodina Club, Masters:dom, Raevo, Ginto

BEAUTY SALONS & CLINICS

Keep Looking, Remedy Lab, Swiss Beauty Clinic

SUPERMARKETS

Azbuka vkusa, Globus, «Zelgross», «METRO», «EUROSPAR», «Vremena goda»

MAGAZINE SUBSCRIPTION

ON-LINE MARKETPLACES

Ozon, WILDBERRIES, Yandex Market, Megamarket, «Moscow» bookstore

50% Sales

25% Alternative distribution

25% Partnership programms

SPIEF

Saint Peterburg hotels

Four Season Hotel, Grand Hotel «Moika,22», Grand hotel «Europe», Astoria Hotel

Saint Peterburg Art Gallery

Jessica Gallery, Joy Gallery, Marina Gisich Gallery, Kgallery, NameGallery

RR
luxury • personalities • business

EDITORIAL PROJECTS

In drive.
Alex Pinskiy



Вы вернулись на маршрут

Московский ресторатор Алексей Пинский прокатился с главредом Robb Report на внедорожнике Tank 500 и рассказал о том, почему возродил свой проект с кухней Великого шёлкового пути, и о том, как далеко можно заехать в поисках гастрономических впечатлений

ЗАПИСАЛ **АНДРЕЙ ЗОЛОТОВ**

В ДВИЖЕНИИ АЛЕКСЕЙ ПИНСК

Концепция ресторана Farang крутилась в голове Пинского десять лет и окончательно оформилась после прочтения книги «Шёлковый путь» британского историка и преподавателя Оксфордского университета Питера Франкопана.

Алексей Пинский не врывался на московск ресторанную сцену, он вышел тихо и споко Его главный ресторан Regent вот уже шесть работает в центре Москвы без вывески и за время накопил солидный список постоян гостей. Следующим проектом Пинского дол был стать Farang, открытия которого мос ская публика ждала пару лет, пока шёл рем в сталинке на Малой Никитской, в бывшем бе «Министерство», легендарном месте нач 2000-х. После открытия ресторан прораб недолго – из-за пандемии заведение приш закрыть. О том, что случилось дальше, поч Farang было решено открыть снова, какие сторанные тренды переживает столица сегод Пинский и поведал Андрею Золотову за ру внедорожника Tank 500.

О несвоевременности

Farang опередил своё время. Его идеей слия кулинарных традиций вдохновлено как ми мум пять ресторанов с похожей концепци Farang стартовал фантастически, с полной по кой и длинным листом ожидания. К сожален главной нашей ошибкой было то, что мы не п ждали пандемийные времена (наступил как второй виток). В нашем районе вообще запрет работу заведений после 23:00, а у нас вечерн даже полуночный формат предприятия.

Об итальянском акценте

Мы не хотели сдаваться и решили открыть на рогой моему сердцу площадке итальянск ресторан. А в итоге проиграли: мы искали з тую середину, а её в итальянских ресторанах просту нет. Либо открывать топовый (а знач дорогой) итальянский ресторан, их в Мос ьцам одной руки пересчитаешь, и д

Parlour
Ksenia Kostina



ГОСТИНАЯ **RR** КСЕНИЯ КОСТИНА

Королева бриллиантов

Резидент Дубайской алмазной биржи, эксперт-геммолог Ксения Костина, автор телеграм-канала «Бриллиантовая крошка», рассказ RR о том, почему самое время вкладываться в дорогоценные камн

ВЕДЕНИЕ **ВЕРОНИКА ГУДКОВА**, СПЕЦПРОЕКТЫ **АННА РЯБОВА**
ФОТО **ЕГОР САДОВОЙ**

Ксения, почему вы выбрали именно ювелирный бизнес, работу с инвестиционными бриллиантами и цветными камнями? Как начинался ваш путь?

Я начинала как геммолог-любитель: камни интересовали меня лично и были моим хобби. Для того, чтобы в них разбираться, я получила образование в Американском геммологическом институте (GIA) и прошла стажировку в Швейцарском фонде исследований драгоценных камней (Schweizerische Stiftung für Edelstein-Forschung, SSEF). Постепенно перешла к частному консультированию и кастомному ювелирному производству: по конкретному запросу клиента подбираю камень, проектирую оправу, контролирую посадку и финиш.

Почему именно бриллианты и цветные камни?

Потому что это уникальное творение природы, редкое сочетание эстетического удовольствия,



Костюм, Boggi Milano; футболка, Dior Men.

Parlour. Andrey Koshkin

ГОСТИНАЯ **ROBB REPORT** АНДРЕЙ КОШКИН

Звезда по имени Аструм

Северная столица – один из самых красивых городов России. Исторически значимые достопримечательности возникают на его карте не часто, но почти всегда — на века. Глава и основатель девелоперской компании Yard Group Андрей Кошкин поведал Robb Report о том, насколько стиль и качество новых зданий зависят от вкуса и философии владельцев строительных компаний

ЗАПИСАЛ **АНДРЕЙ ЗОЛОТОВ** ФОТО **ДМИТРИЙ ЖУРАВЛЁВ**

«Петербург давно описан, а что не описано, то надо видеть самому», – цитатой писателя Ивана Александровича Гончарова начинает Андрей Кошкин нашу беседу о развитии городского пространства Санкт-Петербурга. С классиком не поспоришь, но сперва мы поговорим об этом подробнее, а затем я отправлюсь в Северную Пальмиру, чтобы увидеть новые объекты собственным глазами.

Говоря о недвижимости, Кошкин рассказывает, что залог успеха в этом бизнесе – умение оценивать качество вне времени. Будучи коллекционером ретро-автомобилей, живописи, антикварната и предметов искусства, Андрей Кошкин использует собственную насмотренность и в индустрии недвижимости – объединяет классику с технологиями, отдаёт дань времени и заботится об актуальности. Сегодня именно развитый вкус позволяет претворять в жизнь архитектурные проекты, которые становятся достопримечательностями Петербурга.

Андрей, расскажите о вашем пути к девелоперскому бизнесу.

К любым открытиям в бизнесе меня всегда вели мои увлечения. В девяностые проснулся интерес к новой тогда профессии риелтора, позднее – к изучению международных практик в продаже вновь построенных объектов. Я владел агентством недвижимости, а следом произошло погружение в самую суть – создание и строительство жилья.

При каких условиях на карте города появляются архитектурно значимые проекты?

Когда самореализация и желание создать крутой продукт для девелопера важнее голого заработывания денег. Приведу пример: помимо увлечения ретрокарами, часами и предметами искусства, недавно я открыл для себя аудиосистемы 1960-х годов. Ощутил, что улавливаю нюансы – разницу, между тем, как звучит му-

RR
luxury • personalities • business

SPECIAL PROJECTS

The creative team at RR executes any communication tasks for your brand within the specified budgets and timelines.
We craft a unique product that aligns with your brand's DNA, leveraging our expertise.

Clarins



СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Золотые правила

RR выяснил, почему драгоценная линия по уходу за кожей Clarins Precious — безупречный подарок тем, у кого все есть, и как добиться омолаживающего результата всего за пять шагов

Программа ухода Clarins Precious включает семь средств, заключённых в золотые флаконы. Каждое из них обладает поистине драгоценным составом. Звезда формулы – результат многолетних исследований лабораторий Clarins – криоэкстракт цветка селеницереуса, известного также как «царица ночи». Этот компонент активирует в коже особый белок долголетия, который усиливает антиоксидантную защиту кожи, способствует уменьшению первых признаков старения, сохраняя молодость и красоту надолго.
Первый шаг – очищение. Мягкий мусс рекомендуется наносить с помощью специальной кисти, которая позволяет проработать даже трудно-

новлённый древней техникой массажа гуаша, охладит кожу и усилит чувственное восприятие ухода.
Следующий этап – сыворотка. В коллекции Precious их две. Первая – Le Serum с эффектом мгновенного лифтинга – для тех, кто желает избавиться от признаков дряблости. Помимо экстракта «царицы ночи», сыворотка содержит полисахариды овса, образующие на коже подтягивающий «каркас»: он обеспечивает чёткость

контуров, ровную текстуру, гл
и сияние. Второе средство –
сыворотка-масло LHuile en Ser
формуле реализована инноваци
микрофлюидная технология:
ные микрокапсулы, которые
ваются на коже лишь в момен
сения для максимального эфф
состав масла-сыворотки входи
неральный экстракт лунного
стимулирующий ночную акти
клеток и запускающий процес
нерации. Утром вы оцените э
лицо будет свежим и отдохнув
Финальный пятый пункт: вос
ливающий крем. Он предста
двух текстурах: обычной и на
ной (для очень сухой кожи и
использования на ночь). Пе
экстракт каланхоэ и косточек
досской вишни вкупе с масл
мелии и витамином С делают
плотной, однородной, сияющей
тянутой. Эти пять простых п
золотой ключ к молодости и кр



Exeed



ПОДАРКИ ОБЛОЖКА

Роскошь зимы русской

Когда меня спрашивают о зимних подарках, в советую (и себе тоже) игрушки контрольного вождения. Оттачивайте приёмы на льду – в Игрове. Соревнуйтесь на льду Байкала, в Тюмени или Карелии – как можно чаще. Это и увлекательно, и жизненно важно. Не зимой машина, нужна подходящая машина. Тут на сцену выходит премиальный полноразмерный кроссовер Exeed Exlantix ET.

Сюрприз от собирает награды

Timberland



СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

ИДЕАЛЬНО ЖЁЛТЫЕ

«Нам не нужно было ничего менять, потому что мы сделали всё правильно с первого раза», — с гордостью говорят в компании Timberland о своих моментально узнаваемых жёлтых ботинках на рельефной подошве. Почему же эта модель годами не теряет популярности?

Как у любой настоящей звезды, у этой модели множество прозвищ: Timbs, Butters, Yellow Boot, 6 Inch, Constructs*, 10061, «Тимберы». Но, как бы их ни называли, настоящие ценители – аих миллионы во всём мире – сразу понимают, о чём идёт речь. С 1973 года, когда в продаже появилась первая пара «жёлтых ботинок» с логотипом в виде ветвистого дерева, они неизменно узнаваемы – благодаря коже-нубуку пшеничного оттенка, из которой их шьют на протяжении десятилетий. Но иногда ботинки меняют цвет: их культовый статус таков, что известные модные бренды и знаменитости выпускают с Timberland совместные коллекции. Среди этих нашумевших коллабораций – сотрудничество с David Z (1998), Beeline (2014), Off-White (2017), Jimmy Choo (2020), Tommy Hilfiger (2021), Veneda Carter (2022), Supreme (2023), IIIJound (2024), Louis Vuitton (2024). Но дело не только в уникальном облике «жёлтых ботинок» они ещё и удивительно удобны. Комфорт обеспечивают стелька из пенопласта, соединая по технологии Timberland Anti-Fatigue** с системой перевёрнутого конуса, поглощающая удары при ходьбе подкладка из перчаточной кожи и мягкий кожаный задник с поролоном. Купить «жёлтые ботинки» в России можно в сети магазинов и на сайте Bootwood***.

Люверсы шестигранной формы из цельной латуни устойчивы к коррозии, а шнурки из таслана прочны и долговечны.

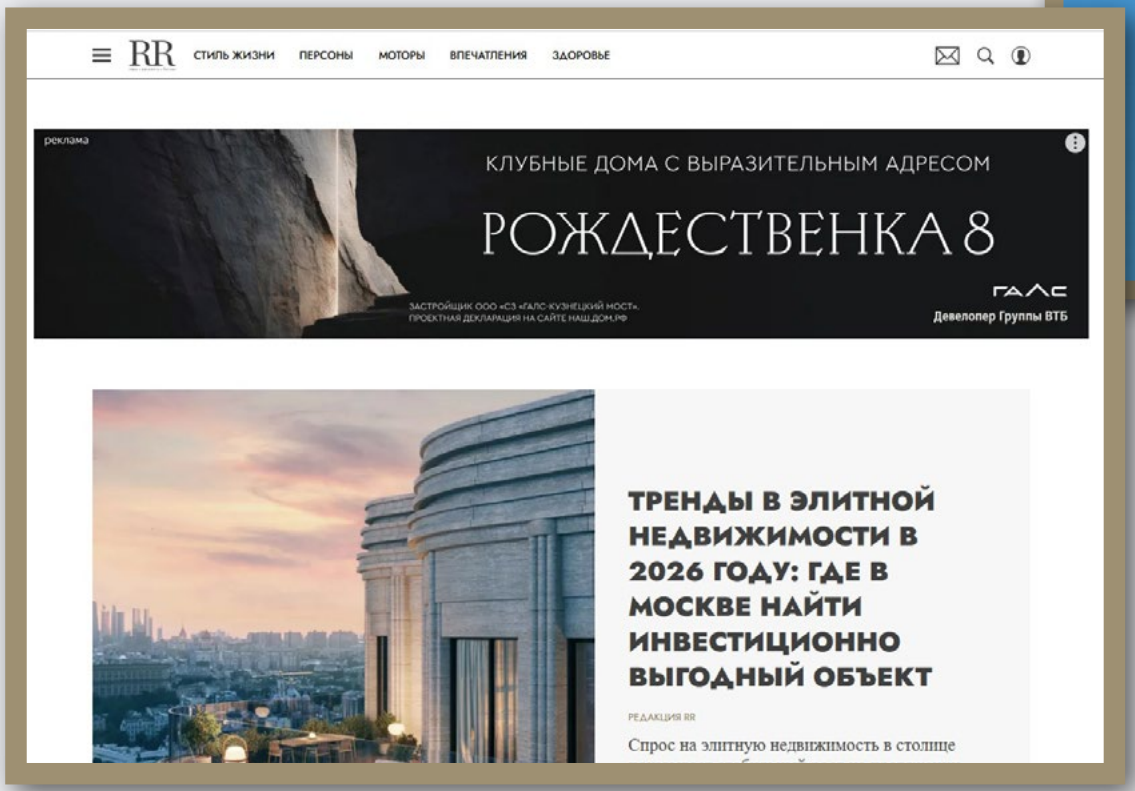
Технология литья и герметичные швы обеспечивают полную водонепроницаемость ботинка.

Рельефная подошва со знаковым «медовым» рисунком обеспечивает отличное сцепление с любой поверхностью.

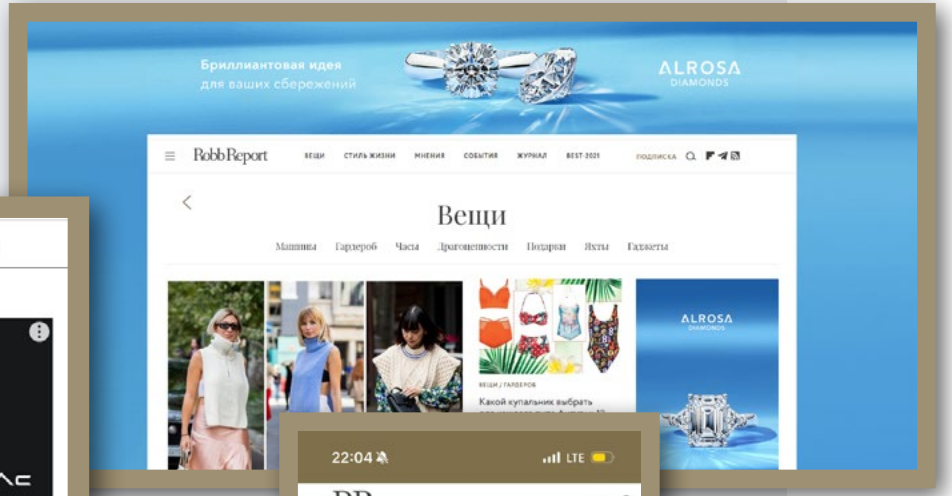
RR
luxury • personalities • business

DIGITAL FORMATS

Billboard



Branding



Parallax

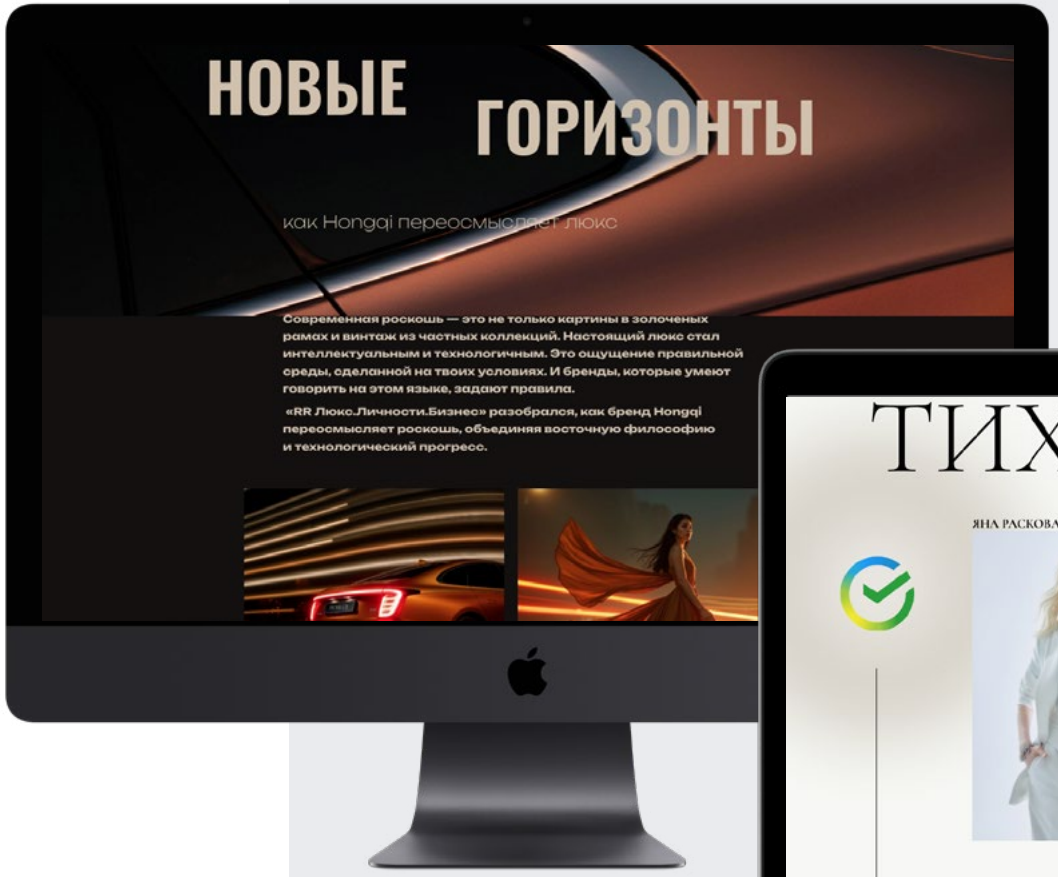


RR
luxury • personalities • business

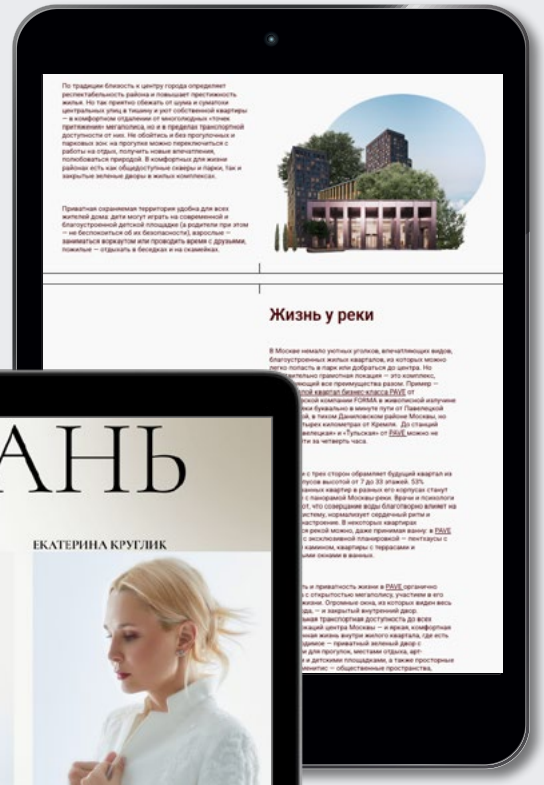
SPECIAL ONLINE PROJECTS

RR team will create a project based on your brief, designed in the editorial style of RR

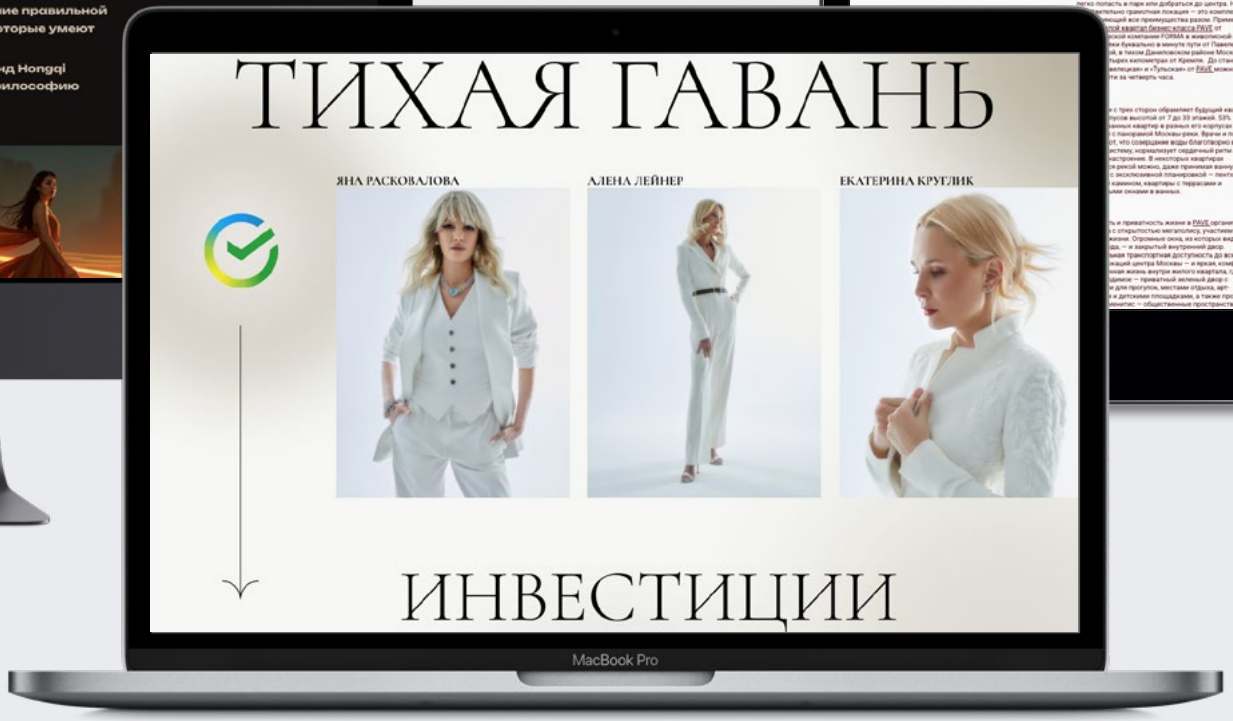
RR x Hongqi



RR x Forma



RR x Sber



RR
luxury • personalities • business

BEST OF THE BEST. RR ANNUAL EVENT

RR. Lux. Personalities. Business, following an established tradition, invites its partners—market leaders—to a breakfast event dedicated to the launch of the September issue, which annually features the Best of the Best rankings. The guests of the event will include prominent players from the Russian and global luxury markets, as well as influential figures in the business world.



*Мероприятие

RR
luxury • personalities • business

ANNUAL AWARD. RR. BEST OF WELLNESS 2026

The RR. Best of Wellness Award positions health, longevity,and beauty as the highest form of art and personal investment.

Nominations cover the entire longevity ecosystem, the concept of a healthy lifestyle, and harmony of body and spirit.

The award recognizes not just quality, but breakthroughs. A shortlist of new products, programs, discoveries, and services will be selected by the editorial board from among the launches of the past year.
The winners will be chosen by an expert jury. The results will be published in the April 2026 issue of RR. The winners will receive their award at the final ceremony, a private dinner.

Award Philosophy: For those who create trends, not follow them

RR
luxury • personalities • business

CONTACTS

PUBLISHER & EDITOR IN CHIEF

Alexandr Pigarev
a.pigarev@imedia.ru
+7 903 002 2568

MANAGING DIRECTOR, BEAUTY DIRECTOR

Anastasia Ezhova
a.ezhova@imedia.ru
+7 495 252 0999

ADVERTISING DEPARTMENT

Advertising Director
(real estate, beauty, technology, travel):
Irina Vasina
i.vasina@imedia.ru
+7 495 252 0999
+7 903 240 4200

Director of Key Account Management
(fashion, jewelry, watches, automotive):
Natalia Kirilina
n.kirilina@imedia.ru
+7 495 252 0999
+7 903 790 3011

Corporative Digital advertising Director (finance):
Khristina Tairova
k.vylusk@imedia.ru
+7 903 627 7873

MARKETING DEPARTMENT

Marketing Director:
Svetlana Evstigneeva
s.evstigneeva@imedia.ru
+7 926 010 5195

The part of media holding
INDEPENDENT MEDIA

CEO
Natalia Vesnina

WWW.IMEDIA.RU