

woman

madame
FIGARO

woman.es





LAS REVISTAS

Un medio relevante que transmite
eficacia y confianza

En un mundo de desconexión de los medios, las revistas capturan un segmento que sigue atento. A 2 de cada 3 mujeres les gusta estar informadas a través de las revistas.

En un mundo en reconstrucción, las revistas son una herramienta para recomponerse a largo plazo:

9 de cada 10 lectores de revistas aprenden nuevos hábitos en ellas.

En un mundo de experiencias de consumo superficiales, las revistas son el medio de referencia frente a otros medios para inspirarse y aprender.

En un mundo de saturación y desatención publicitaria, las revistas son el medio más pertinente. Para el 88% son relevantes al descubrimiento de nuevos productos y servicios. Además, es el medio donde la publicidad mejor moviliza a la compra.

En un mundo confrontado por generaciones, las revistas son un medio transgeneracional, adaptado a todos los segmentos de edad.

En un mundo de agotamiento, las revistas son una herramienta de autocuidado. El medio principal para aprender hábitos de salud y cuidado personal.

En un mundo de fake news, las revistas son una herramienta que genera credibilidad.

El 85% así lo considera.

woman

madame
FIGARO

“EL LUJO DE SER MUJER”

Tanto la revista WOMAN MADAME FIGARO como la web **WOMAN.ES** se han convertido en un referente imprescindible en el universo del lujo, moda, belleza, tendencias, ocio, decoración, viajes, literatura y novedades.

Dirigida a mujeres actuales,
con alto nivel socio-económico,
urbanas y activas



Su trayectoria, innovación y pasión por las tendencias, la exclusividad de contenidos y su poder prescriptor le conectan con una amplia comunidad de lectores para las que **Woman** es un referente de moda y estilo.



DIGITAL

3,7 MM

Usuarios únicos

+97%

Vs mes anterior

12,5 MM

Páginas vistas

+92%

Vs mes anterior

1,5 MM

Seguidores



woman
woman.es

PRINT

543 k

Lectores mensuales

61 k

Ejemplares de difusión

59 %

Difusión entre Cataluña y Madrid

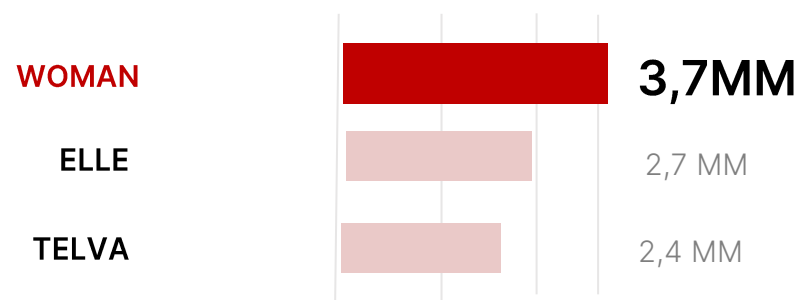
Líder en audiencia digital

En el último mes entre las revistas de alta gama

3,7 MM

Usuarios únicos/mes

Ranking Usuarios Únicos



12,5 MM

Páginas vistas/mes

Ranking Páginas Vistas



Líder en crecimiento digital

En el último mes entre las revistas de alta gama

3,7 MM

Usuarios únicos/mes

% Crecimiento Usuarios únicos

WOMAN

+97%

ELLE

-9%

TELVA

-13%

0%



12,5 MM

Páginas vistas/mes

% Crecimiento Páginas vistas

WOMAN

+92%

TELVA

-8%

ELLE

-15%

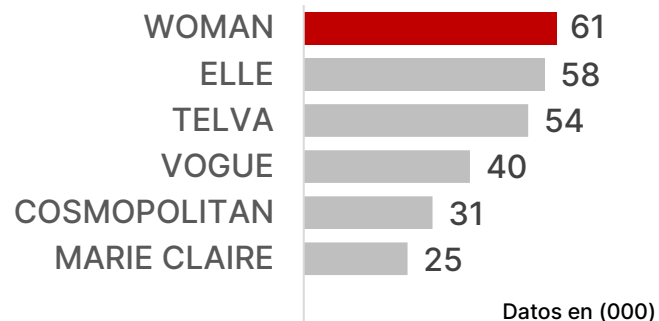
0%

PRINT MAGAZINE



REVISTA PRINT

Los últimos datos auditados de OJD posicionan a **WOMAN** como **Líder de Difusión en la categoría de Revistas Femeninas Mensuales de Alta Gama**



WOMAN se sitúa un **5%** por encima de revistas femeninas de alta gama como ELLE.



woman
woman.es

Lectores

543.000

REVISTA PRINT

La lectora Woman es una mujer **actual, activa**,
que le gusta estar informada de las últimas **tendencias
de la moda y belleza**.

Nuestros lectores

Edad	Trabaja	Urbana	T. Universitarios
42 años	64 %	60 %	41%

Alto nivel socioeconómico

60 % (A/B)*

Fuente: EGM 3° Acumulado 2025 (Urbana: Poblaciones > 50K habitantes)
Status A-B = Clase Alta y Media-Alta
Afinidad: % que representa la audiencia target vs Total Audiencia soporte. Por encima de 100
mayor afinidad con target

Afinidad

168 La mayor afinidad de mujeres
entre las revistas de alta gama

138 Afinidad
25-44 años

132 Status
elevado



REVISTA PRINT

woman
woman.es

70%

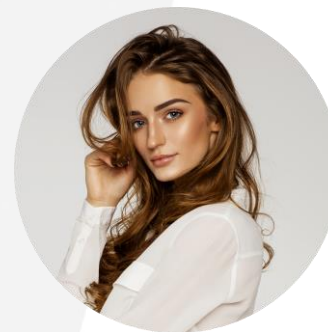
de nuestras lectoras son motivadas,
independientes, algo utópicas
y virtuosas



Motivadas

Tienden a anteponer sus ideas y están abiertas al cambio. Altamente ambiciosas y dispuestas a tomar riesgos para llegar a lo alto de su carrera. Muy preocupadas por su imagen y apariencia. Consumistas y con poco tiempo.

+38% AFINIDAD
vs Revistas COMPETENCIA



Independientes

Aventureras, amantes de su tiempo libre. Combinan una actitud desinteresada y de autoconfianza. Disfrutan siendo diferentes, a menudo creativas y libre pensadoras. Reflejan algunas opiniones más superficiales sobre el éxito.

+40% AFINIDAD
vs Revistas COMPETENCIA



Utópicas

Idealistas, con fuertes convicciones, espirituales aunque con sentido del riesgo y cambio. Voluntarias de causas sociales, valores verdes, interesadas en el arte y la creatividad. Rechazan el materialismo y esperan de las compañías que se comporten de manera ética.

+90% AFINIDAD
vs Revistas COMPETENCIA



Virtuosas

Tienden a ser altruistas pero también conservadoras. Preocupadas por las tareas que tienen que hacer y dispuestas a invertir tiempo por una buena causa. Actúan responsablemente.

+60% AFINIDAD
vs Revistas COMPETENCIA

REVISTA PRINT

Nuestros lectores

Un perfil imprescindible para las marcas

Hábitos personales. ÍNDICE AFINIDAD

183

Me importa mucho lo que los demás opinan sobre mi aspecto.

138

Me gusta estar al tanto de los avances tecnológicos.

122

Interesadas en la moda y en los desfiles.

221

Gasto mucho en ropa.

187

A veces me regalo a mí mismo cosas que no necesito.

143

La mayoría de las veces actúo por instinto, de un modo más emocional que racional.

400

En productos de belleza sigo las últimas tendencias.

168

Tengo gustos caros.

181

Luchar en la vida por algo que valga la pena.

Actitudes hacia las compras

218

Compro marcas de lujo de mujer.

171

Compro perfumes de marcas de lujo.

240

Tengo la tentación de comprar productos que he visto comercialmente.

154

Si confío en una marca la compro sin mirar el precio.

Actitudes hacia la publicidad

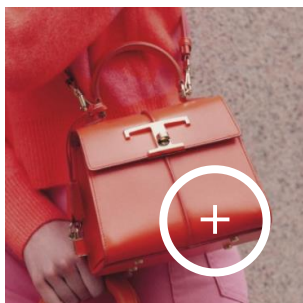
154

Revistas: ¿Dónde le presta usted más atención a los anuncios?

176

Revistas: ¿Dónde le son más útiles los anuncios para ayudarle a decidir sus compras?

SECCIONES IMPRESCINDIBLES



Inspírate

Dedicado a las mujeres que rompen barreras en un campo tradicionalmente no femenino.



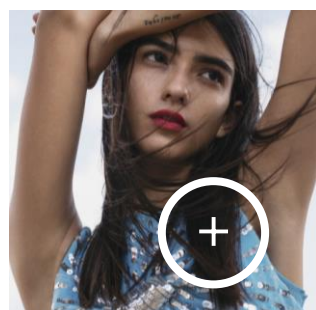
Editor's choice

Nuestro trabajo nos da acceso a *showrooms* y notas de prensa en las que fichamos, también a nivel personal, caprichos estupendos.



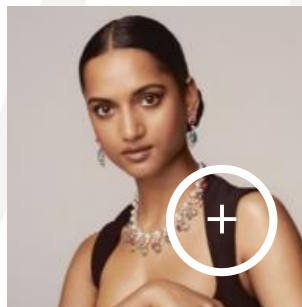
Icono

Descubrimos un personaje icono de estilo inspirador de épocas pasadas.



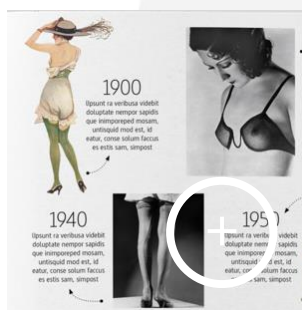
Versus

Analizamos dos tendencias de pasarela absolutamente opuestas.



Cómo llevar...

De manera didáctica explicaremos como llevar una tendencia de moda.



Time Line

Historia de una prenda, accesorio o marca que vuelve a la actualidad.



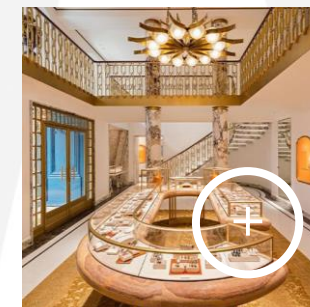
Decálogo

Los 10 ítems de una categoría (calzado, gafas, etc) que serán nueva tendencia.



Sostenibilidad

Tendencia o firma que destaca dentro del cuidado del medio ambiente.



Boutique

Abrimos las puertas a una boutique de lujo con un diseño diferente y llamativo.



Joyería

Reportaje de joyas y relojes que inspiran el complemento perfecto para cada *look*.

A woman with long, wavy brown hair is lying on her back on a tan-colored boat cushion. She is wearing a long-sleeved, form-fitting, shimmering silver dress that reflects light. Her right arm is raised behind her head, and her left hand rests on her hip. The boat deck is made of light-colored wood planks. In the background, the dark blue water of the sea is visible, along with the boat's metal railings and a mast. A red rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the text 'WEB woman.es' in white serif font.

WEB
woman.es

DIGITAL

woman.es

3,7 MM

Usuarios únicos

12,5 MM

Páginas vistas

Profundidad
(páginas/sesión)

1

Engagement
(páginas/usuario)

3

Tasa de permanencia

La más elevada entre las revistas de alta gama

25%



woman
madame
woman.es

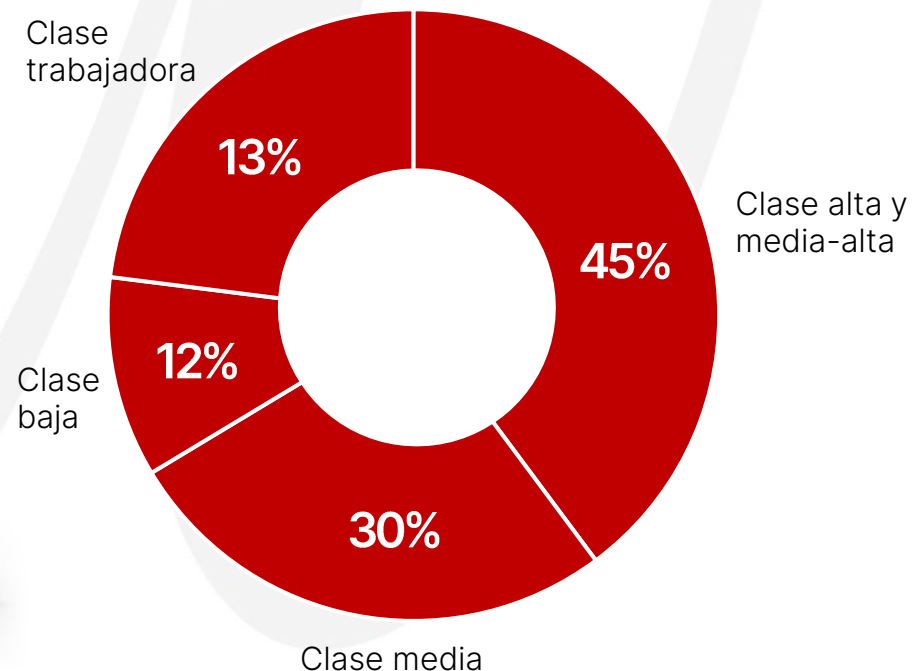
PERFIL DE LOS LECTORES

Una mujer actual, urbana y activa

GRUPOS DE SEXO Y CLASE SOCIAL

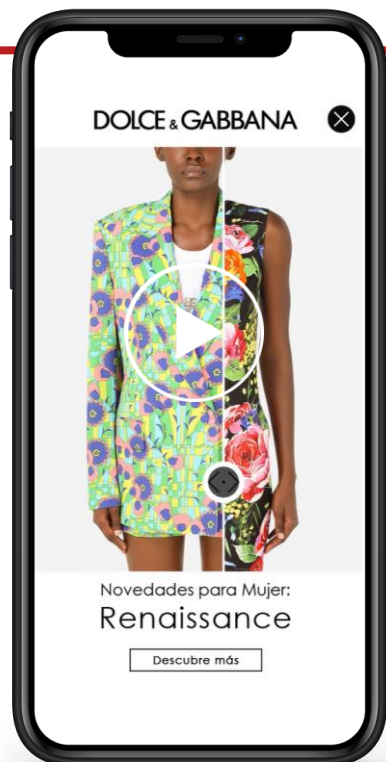
57%
MUJER

43%
HOMBRE

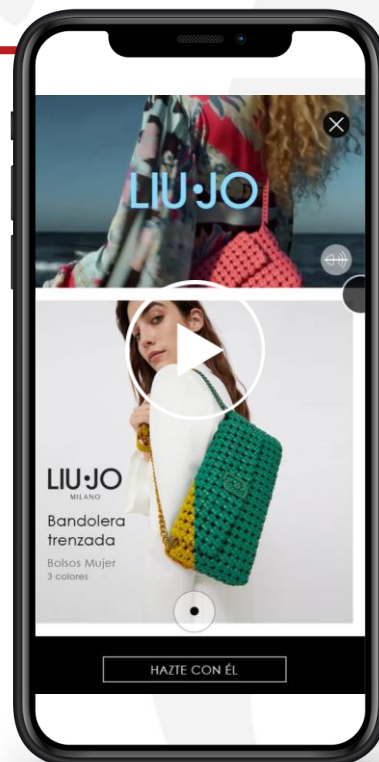


FORMATOS PUBLICITARIOS

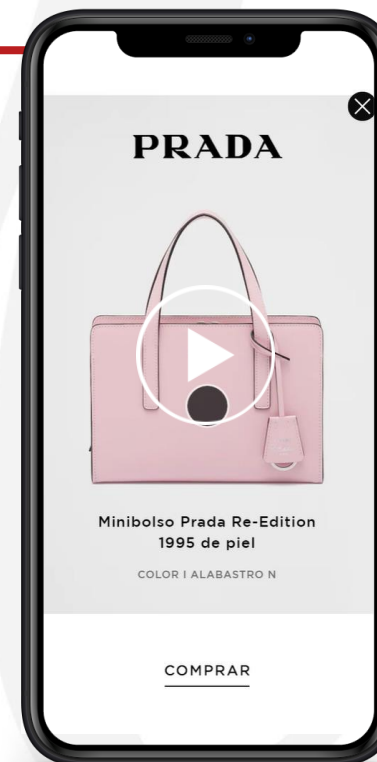
Double Reveal



Double Reveal con vídeo



Interactive sensor ad

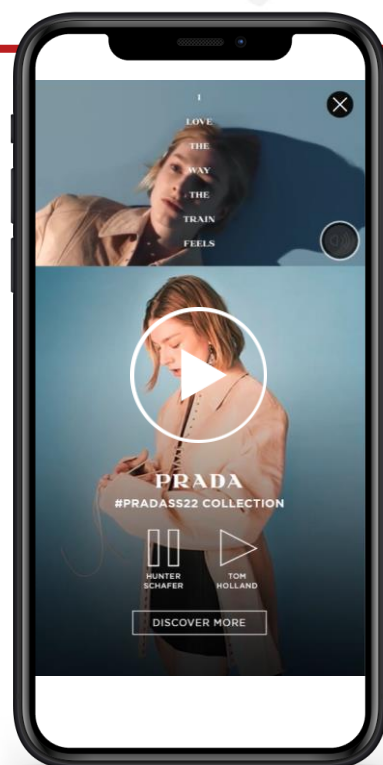


FORMATOS PUBLICITARIOS

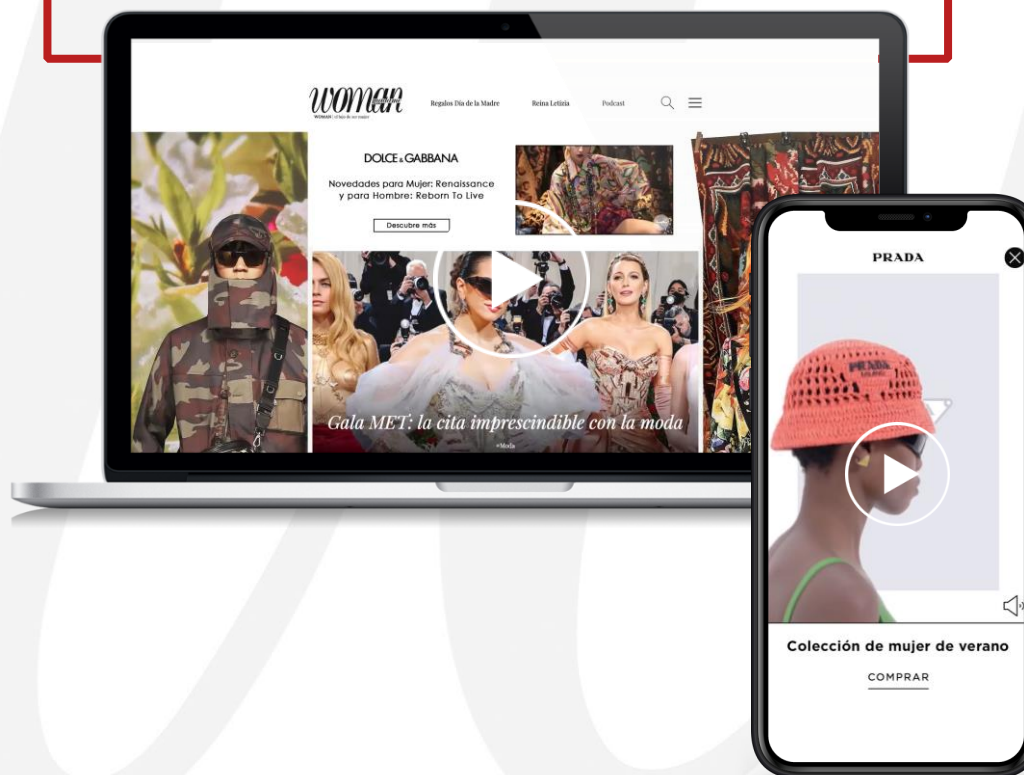
Spin card



Double video



Custom Brand Day





RR.SS.

RR.SS.



1,5 MM

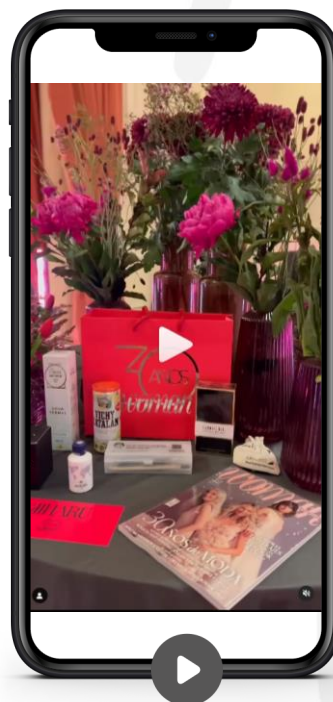
Total Seguidores

woman
madame
woman.es

Influencers



Directos



Viralización
de contenidos



Ilustraciones
personalizadas



RR.SS.

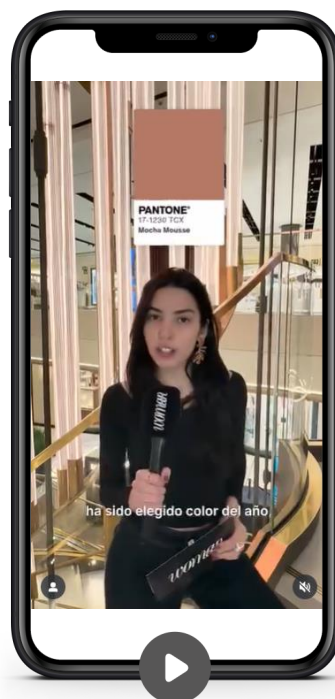


1,5 MM

Total Seguidores

woman
madame
woman.es

Maquillaje
Isolee Shops



Perfumes
Givenchy

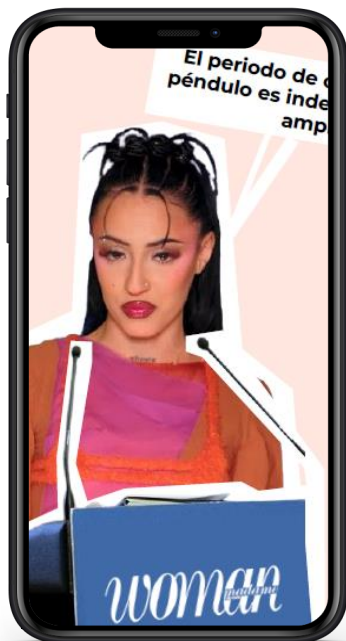


Maquillaje
Shiseido



Experiencia
Woman





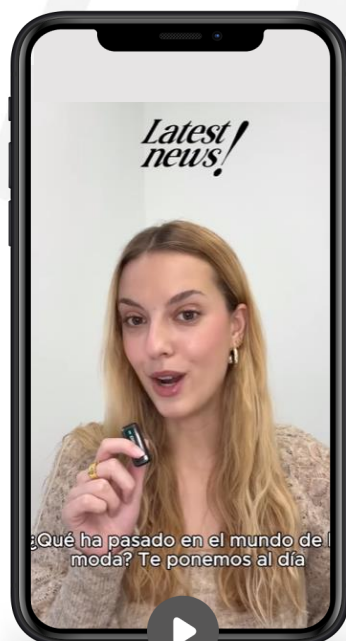
Recopilaremos los momentos más *ICONIC* de nuestras referentes teatralizando sus *quotes* más célebres bajo el paraguas de contenidos de Woman.

EL STATEMENT



El noticiario *retro* más moderno, en el que tendrán cabida vestidos, peinados, anécdotas de *celebrities* con un toque estético diferencial.

ARCHIVO



Actualidad y moda desde 3 temáticas diferentes:

- Top de la semana
- Actualidad
- Pasarela

LATEST NEWS



El auge del *streetstyle* y el *street marketing* nos invita a escuchar a las calles. Exploraremos la ciudad en busca de personas creativas y con estilo que representen el espíritu Woman.

CITY ICONS



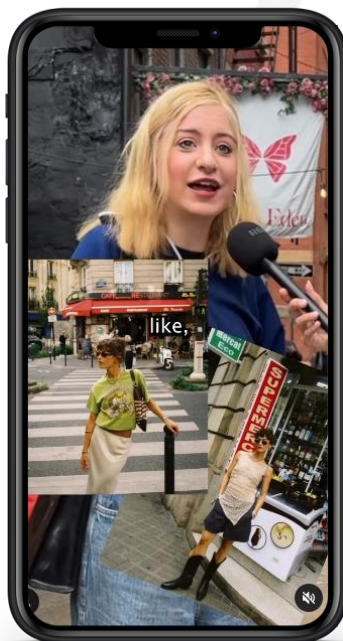
Sección en la que daremos a conocer experiencias junto a marcas top que busquen conectar a través del autocuidado.

MOMENTO W



Nuestra audiencia vivirá experiencias relacionadas con la belleza de la mano de las marcas.
Mediante el *social listening* conectaremos la experiencia y las tendencias.

LA MASTER CLASS



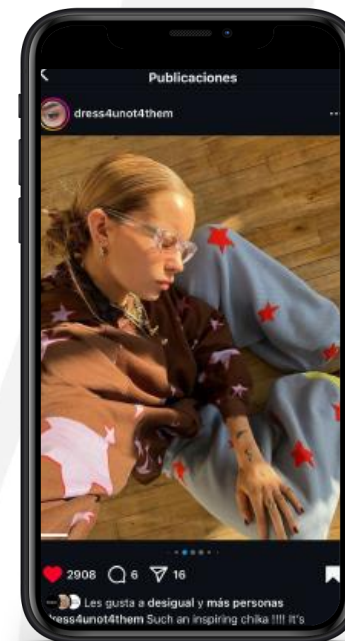
Entrevistas en la calle a personas con un *look* llamativo.
Buscaremos nuevos estilos y tendencias.

STREET STYLE



Woman tendrá el reto de ver cómo se construye el *feed* de un *talent* pasando el día con la persona.
Mostraremos lo que sucede detrás de cada post mediante entrevistas creativas

EN EL FEED DE...



Consiguiendo la foto soñada. En esta sección acompañaremos a una *influencera* que recree una foto icónica de alguna celebridad que le inspire.

LA INSPO

AA.EE EVENTOS



EVENTOS ESPECIALES

woman
madame
woman.es



Premios Woman (2024)



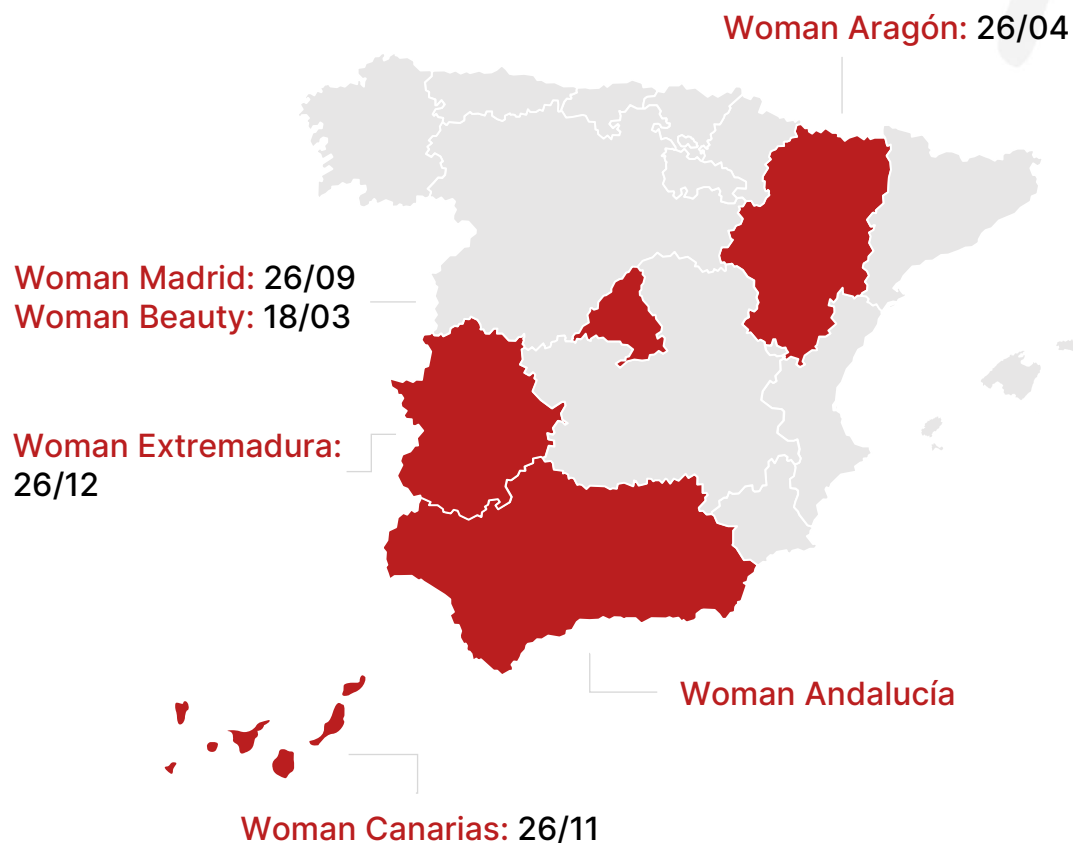
Premios Woman Beauty (2025)



Premios Woman Sport (2025)

PREMIOS WOMAN 2026

Una celebración del talento, el compromiso y la excelencia femenina en diferentes territorios.



Una agenda de premios que se expande por el territorio nacional, acercando el espíritu **WOMAN** a diferentes comunidades y reforzando su vínculo con la cultura, la sociedad y el talento local.

Tipología de premios Woman 2026:

Premios Woman (Generales)

Madrid • Aragón • Extremadura • Andalucía • Canarias

Premios Woman (Temáticos)

Woman Beauty
Woman Sport

PODCAST

El podcast que querrás escuchar

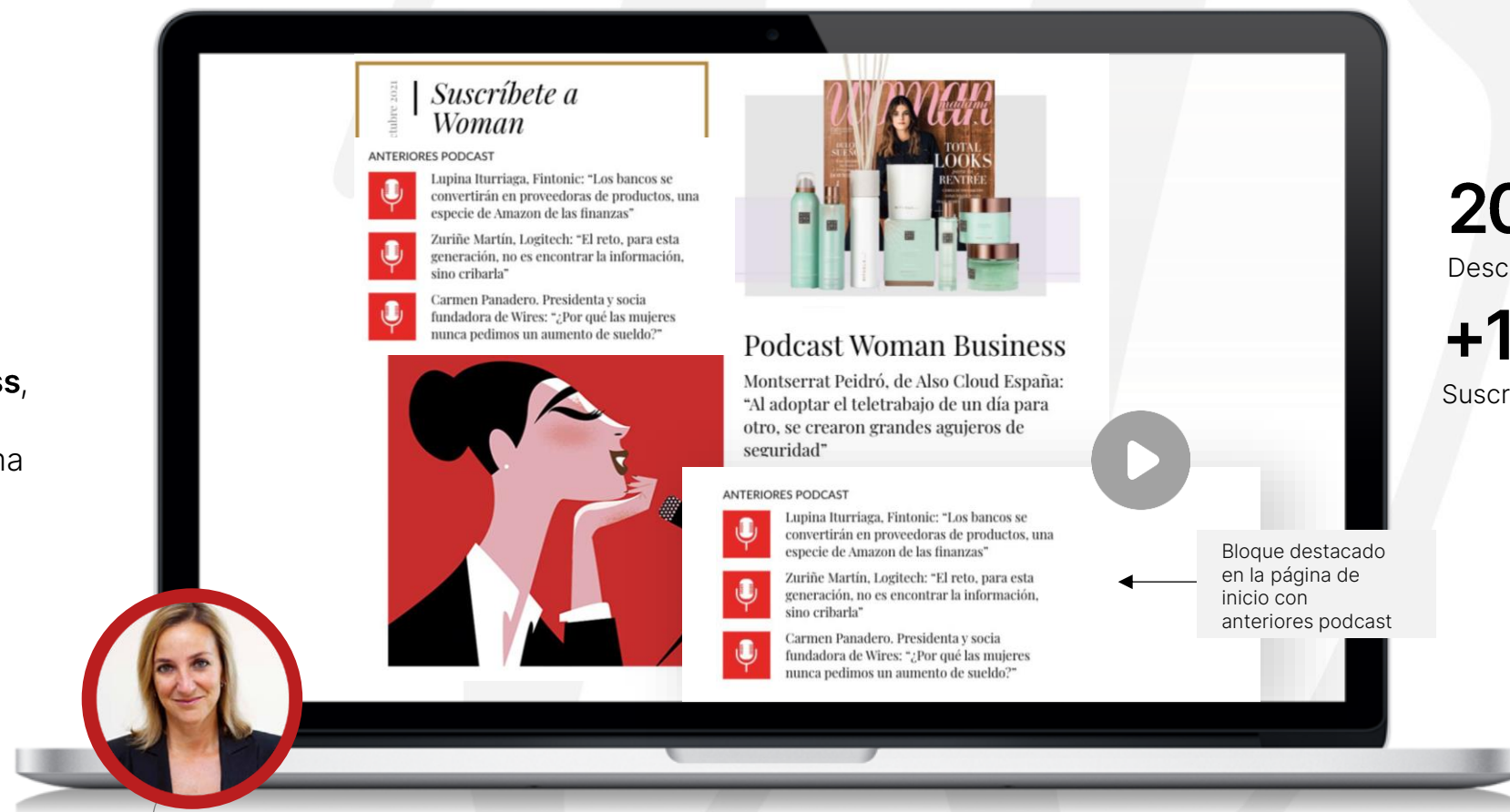
Cada semana **#WomanBusiness**, el podcast de la revista Woman Madame Figaro, acerca de forma ágil e intimista a las mujeres más influyentes e inspiradoras de nuestro país.

Mujeres que están cambiando el mundo a base de inteligencia, tenacidad y esfuerzo



Presenta la periodista **Fátima Iglesias**

woman
woman.es



20k

Descargas

+1k

Suscriptores

Bloque destacado en la página de inicio con anteriores podcast

ENCUENTROS

#Woman Business

*La voz de mujeres
extraordinarias
que inspiran*

Los Encuentros **#Woman Business** son desayunos en los que invitamos a directivas o mujeres de referencia en sus ámbitos profesionales para debatir sobre una temática concreta.

Moderados por la periodista Fátima Iglesias, establecemos un diálogo y unas conclusiones que posteriormente se publican en papel y digital, incluyendo video del evento, minientrevistas de cada protagonista y píldoras de IGTV.

woman
madame
woman.es



ENCUENTROS

Woman Care

Una mirada consciente al bienestar femenino

Los encuentros **WOMAN Care** son espacios de diálogo e inspiración dedicados al bienestar integral de la mujer. A través de conversaciones con expertas y profesionales, se abordan temas relacionados con la salud, el autocuidado y el equilibrio personal desde una perspectiva cercana, rigurosa y actual.

Moderados por periodistas de *WOMAN MADAME FIGARO*, cuentan con una amplia cobertura editorial, tanto en papel como en digital, incluyendo contenido audiovisual, entrevistas y piezas exclusivas para redes sociales.

woman
madame
woman.es



ACCIÓN 360°

BIOTHERM
THE HEALING POWER OF LIFE PLANKTON™

belleza |

en la PIEL de GEMMA PINTO

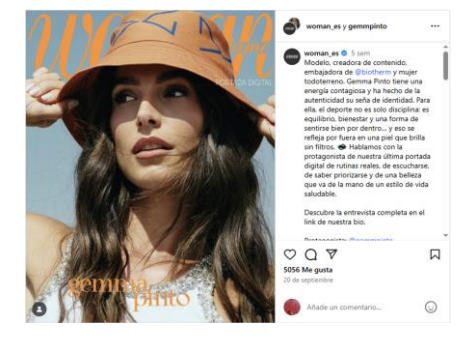
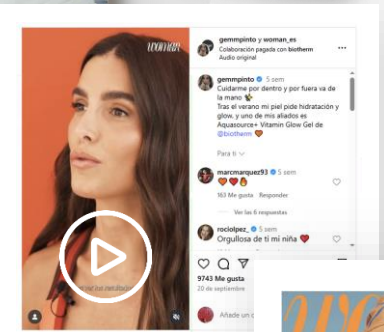
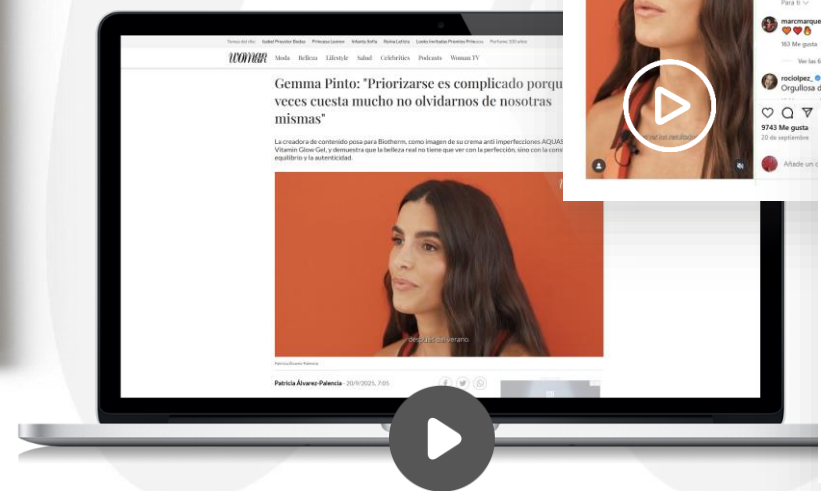
Transmite energía positiva desde sus redes sociales, en las que refleja un estilo de vida saludable y su pasión por el deporte. Novia del piloto de MotoGP Marc Márquez (del que habla con naturalidad) y embajadora de Biotherm, se convirtió en influencer a raíz de que su amiga Laura (Escanes) publicara una foto con ella y asegura que este trabajo le exige más horas, esfuerzo y dedicación que cuando estaba en una agencia de publicidad.

POR MARTA BONILLA FOTO ANDRÉS GARCÍA LUJÁN DIRECTORA DE MODA MARTA LASIERRA

Tiene una sonrisa bonita y fácil: «Soy una persona alegre, me gusta transmitir optimismo, pero además estoy en un momento súper feliz en mi vida personal y profesional y eso te hace sonreír más», nos dice Gemma, con 356.000 seguidores en Instagram, desde donde muestra un estilo de vida saludable, en el que el deporte desempeña un papel importante. Eso la ha llevado a convertirse en embajadora de Biotherm, junto a la actriz Elsa Pataky, como ejemplo de mujeres activas que entrenan su piel como entrenan su cuerpo. En sus redes, muestra con naturalidad su relación con el piloto de MotoGP Marc Márquez al que, cuando su trabajo se lo permite, acompaña en algunos premios. Este año ha logrado organizarse con antelación para poder estar presente en una parte especial del calendario, fuera de Europa: «Hay que aprovechar los momentos y hay cosas que no vas a volver a vivir. He adelantado todo el trabajo posible y, aunque con diferencia horaria, puedo seguir subiendo campañas, RPP y marketing y con un mánager en estrategia digital, llevaba tres años trabajando en una agencia, pero en la universidad había conocido a Laura [Escanes]. Un día subió una foto conmigo, empujó a tengo los pies en el suelo. En mi perfil soy muy muy, natural, relajada...»

Y refleja un estilo de vida saludable con deporte, alimentación...
Si, yo siempre he sido una persona activa, pero desde hace dos años el deporte para mí se ha convertido en una prioridad. No ya por verme bien físicamente, sino para sentirme bien. Además, por fin esfuerzo y echarle ganas. Hay días que cuesta y se supera y yo si alguno no me apetece nada, pero me lo permito. Soy de escucharme mucho a mí misma. Igual hago con la alimentación: intento seguir >

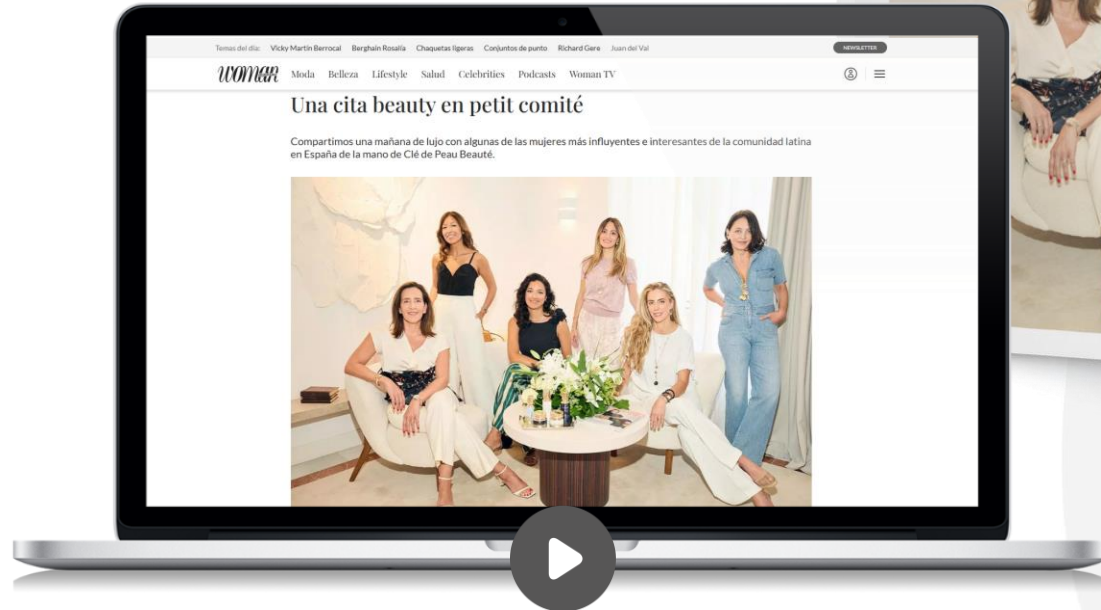
UNA PIEL LUMINOSA
Gemma tiene tonos de piel Post o Glow y todo el día. Gracias a su rutina de skincare, su piel se ve hidratada y luminosa. También reduce las manchas e imperfecciones.



IMPRESO + DIGITAL + RR.SS.

360° ACTION

LA CLAVE PARA UNA PIEL PRECIOSA

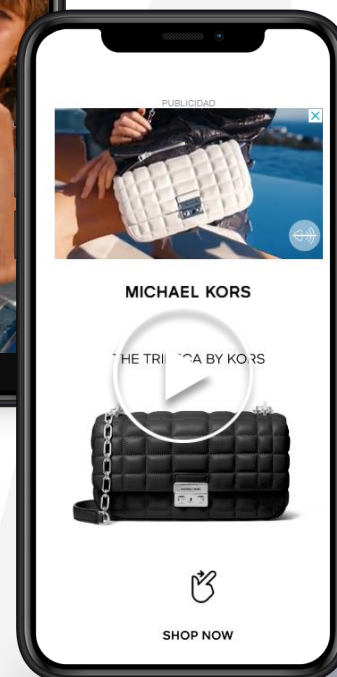
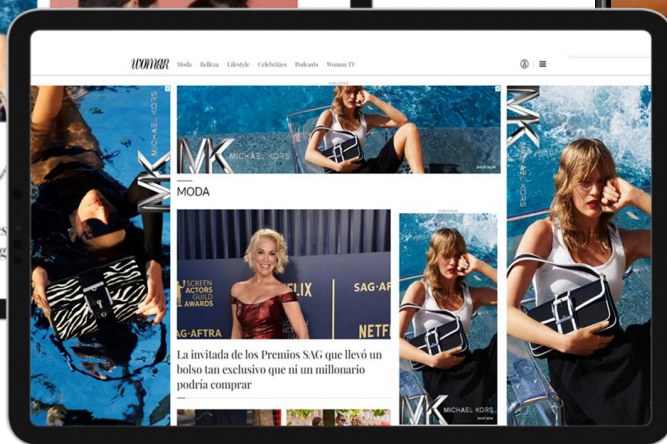
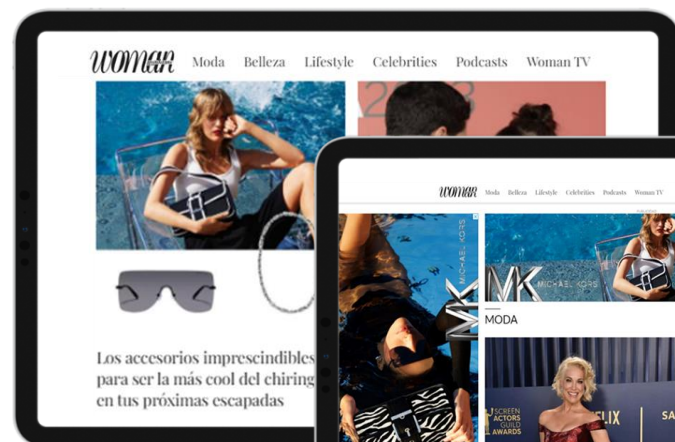


IMPRESO + DIGITAL

ACCIÓN 360°

MICHAEL KORS

woman
woman.es



DIGITAL + RR.SS.

PAPEL

Brand Week

Double
reveal video

Video in text

Contenidos
native (x2)

Campaña
de Tráfico y
Reach en RR.SS.

+

Página

ACCIÓN 360º

MICHAEL KORS

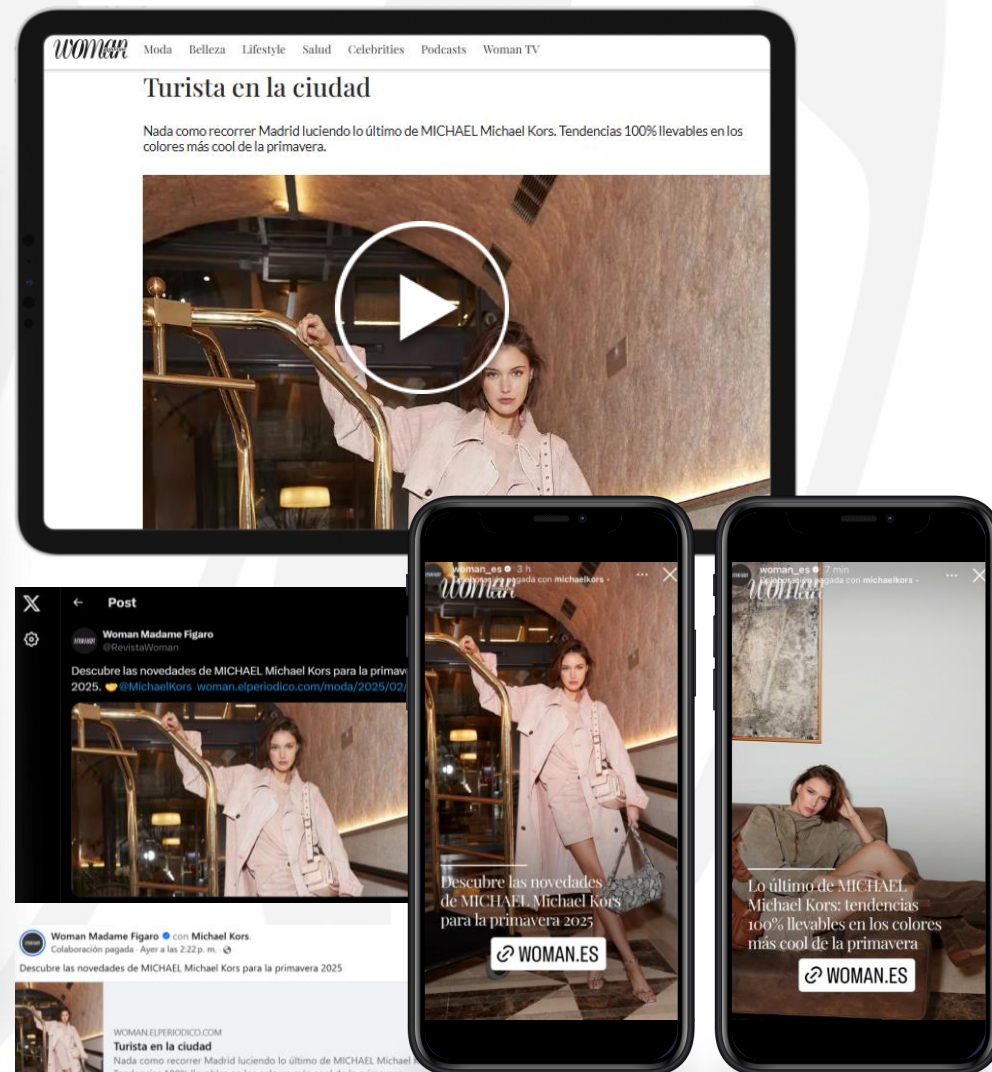


PRINT

Contenido, incluida la producción de moda

DIGITAL + REDES SOCIALES

woman
woman.es



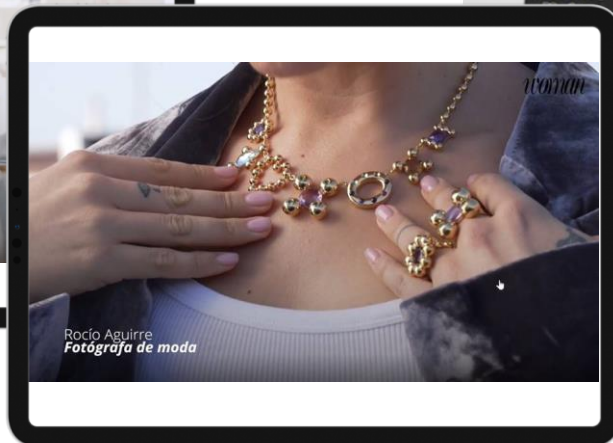
ACCIÓN 360º

TOUS

Producción con Rocío Aguirre

Fotógrafa e imagen de la marca

woman
madame
woman.es



ACCIÓN 360 con entrevista a la embajadora,
vídeo y apoyo en RR.SS.

ACCIÓN 360º Calvin Klein

woman
woman.es



Acción de portada + producción interior de moda con Calvin Klein y Mina El Hammani, imagen de la marca

ACCIÓN 360º

SHISEIDO

woman
woman.es



PRINT

DIGITAL + RR.SS.

Portada

Presencia y mención en portada

12 páginas sección Belleza

La Revolución *Beauty* que llegó de Japón

11 páginas sección Living

Descubre la belleza de Japón



Viralización de contenidos

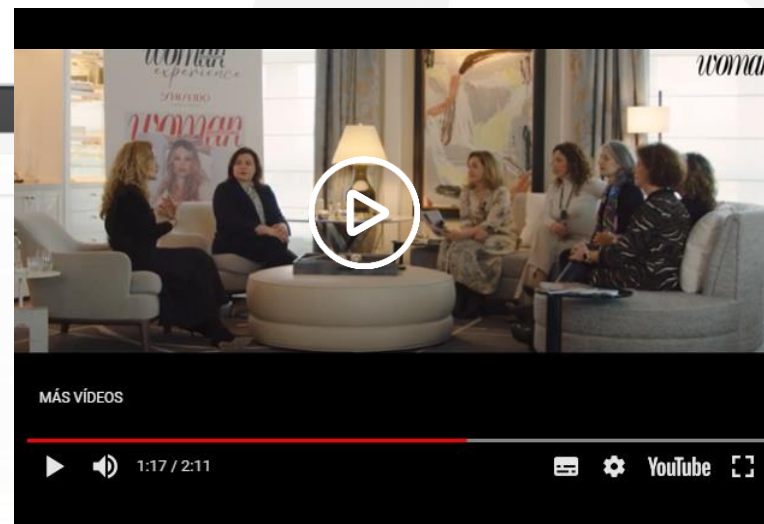
En Woman.es y RR.SS.

Viralización de la portada

En RR.SS.

ACCIÓN CON LECTORAS

woman
woman.es



Una experiencia única de la mano
de **Shiseido** en la Suite Presidencial
del **Four Season Hotel Madrid**

RESERVA LA FECHA

2026

Ediciones especiales en 2026



Abril / Noviembre

Decoración

En 2025 **WOMAN MADAME FIGARO** presentará las últimas tendencias en decoración del hogar, destacando piezas que se han convertido en imprescindibles para aportar personalidad y calidez a cualquier espacio. Estos artículos ahora se consideran elementos clave en la creación de interiores distintivos y acogedores.



Marzo / Octubre

Niños

En marzo y octubre, **WOMAN MADAME FIGARO** explorará las tendencias del universo infantil, abarcando moda, decoración, ocio y *lifestyle*. Propuestas creativas y cuidadas que inspiran a familias que buscan calidad, estilo y experiencias para los más pequeños.



Mayo / Diciembre

Joyería

En mayo y diciembre, **WOMAN MADAME FIGARO** mostrará las últimas tendencias en piezas de joyería que, con el tiempo, se han convertido en elementos indispensables para crear los estilos más refinados y elegantes.



Mayo

Novias

En mayo, **WOMAN MADAME FIGARO** dedica un especial al universo nupcial, abordándolo desde una perspectiva global que integra estilo, belleza, detalles y experiencias. Una selección de tendencias actuales pensadas para bodas con carácter, sensibilidad estética y una visión contemporánea.



Septiembre

Madrid

En septiembre, **WOMAN MADAME FIGARO** pone el foco en Madrid como epicentro de tendencias, cultura y estilo de vida. Una mirada actual y sofisticada a una ciudad creativa, dinámica y en constante evolución en la que conviven moda, gastronomía y talento.

Este material ha sido preparado a modo de ejemplo y propuesta de colaboración y solo para uso interno.
Queda prohibido su uso o reproducción fuera de esta finalidad.
Queda prohibido reenviarlo o compartirlo con personas fuera de este mail.



Granvia de l'Hospitalet, 163-167
08908 L'Hospitalet de Llobregat
Barcelona
Tel. (+34) 93 265 53 53

Pedro Muñoz Seca, 4 28001
Madrid
Tel. (+34) 91 436 37 70

Email:
informacion@pi360.es

 PRENSA
IBÉRICA