woman

madame FIGARO

woman.es



PRENSA IBÉRICA

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

1,9 MM
Usuarios únicos

4,4 MM
Páginas vistas

1,6 MM
Seguidores



woman madame
woman.es

PRINT

520 K
Lectores mensuales

65 K
Ejemplares de difusión

56 %
Difusión entre Cataluña y Madrid

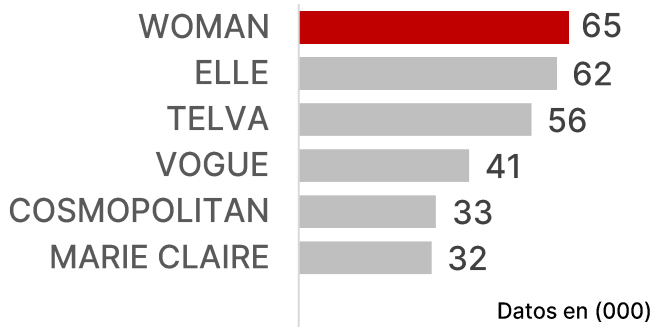
Fuente: GfK DAM septiembre 2026 / EGM 2º Acumulado 2026 / OJD 2025 / RR.SS. septiembre 2026.



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 madame
woman.es

Lectores

520.000

Fuente: OJD 2025 / EGM 2º acumulado 2026.

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
42 años

Trabaja
65 %

Urbana
60 %

T. Universitarios
40%

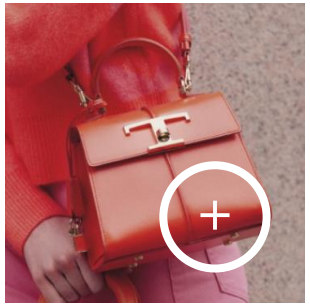
Alto nivel socioeconómico
60 % **(A/B)***

Fuente: EGM 2º Acumulado 2026 (Urbana: Poblaciones > 50K habitantes)
Status A-B = Clase Alta y Media-Alta



SECCIONES IMPRESCINDIBLES

woman madame
woman.es



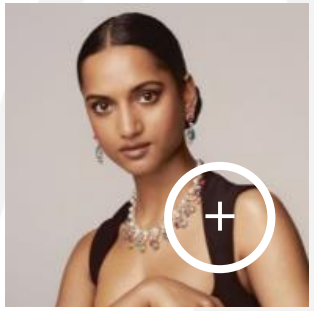
Inspírate

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



Icono

Descubrimos un personaje icono de estilo inspirador de épocas pasadas.



Cómo llevar...

De manera didáctica explicaremos como llevar una tendencia de moda.



Decálogo

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



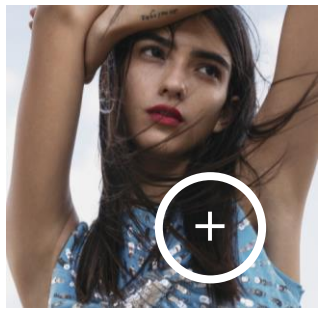
Boutique

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



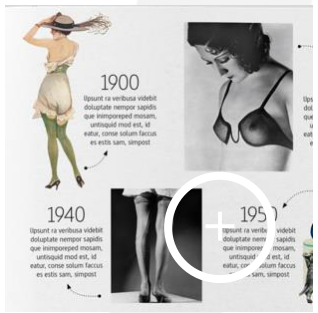
Editor´s choice

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



Versus

Analizamos dos tendencias de pasarela absolutamente opuestas.



Time Line

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



Sostenibilidad

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



Joyería

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



WEB
woman.es

DIGITAL

woman.es

1,9 MM
Usuarios únicos

4,4 MM
Páginas vistas

Engagement
(páginas/usuario)

3

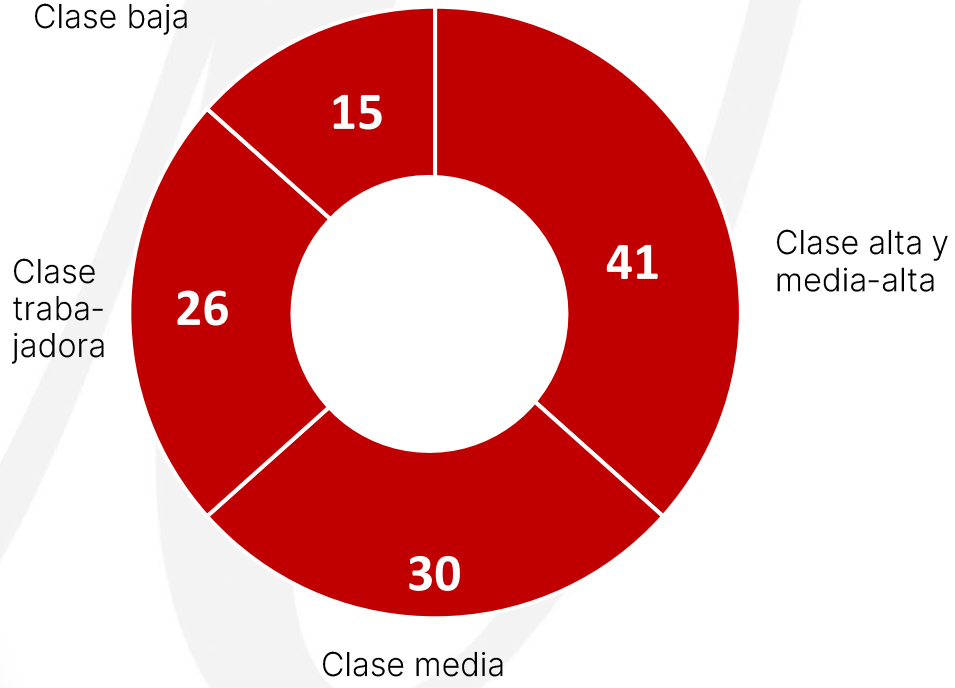
El más elevado entre las revistas de alta gama



PERFIL
DE LOS LECTORES

Una mujer actual, **urbana** y **activa**

CLASE SOCIAL

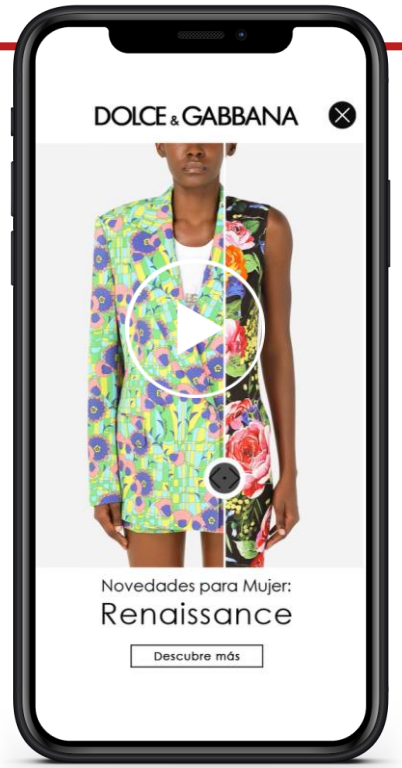


Fuente: GfK DAM septiembre 2026.

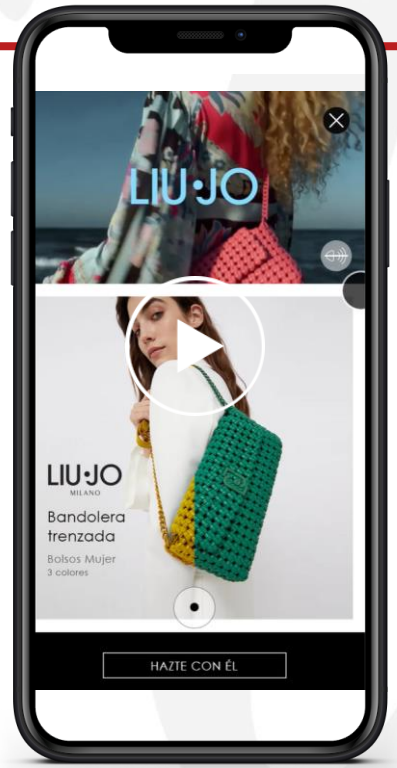
FORMATOS PUBLICITARIOS

woman madame
woman.es

Double Reveal



Double Reveal con vídeo



Interactive sensor ad



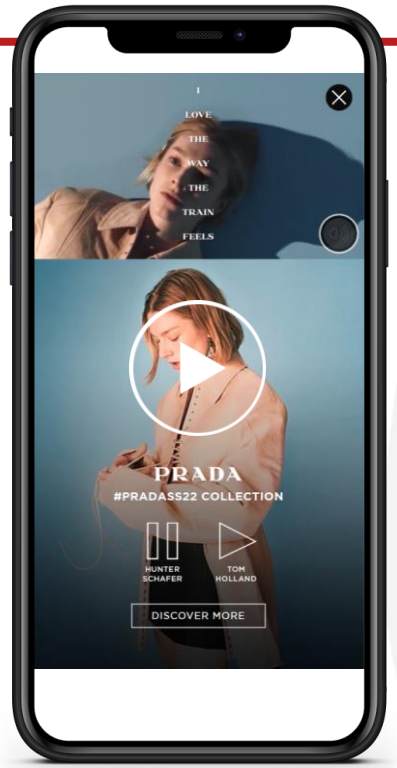
FORMATOS PUBLICITARIOS

woman madame
woman.es

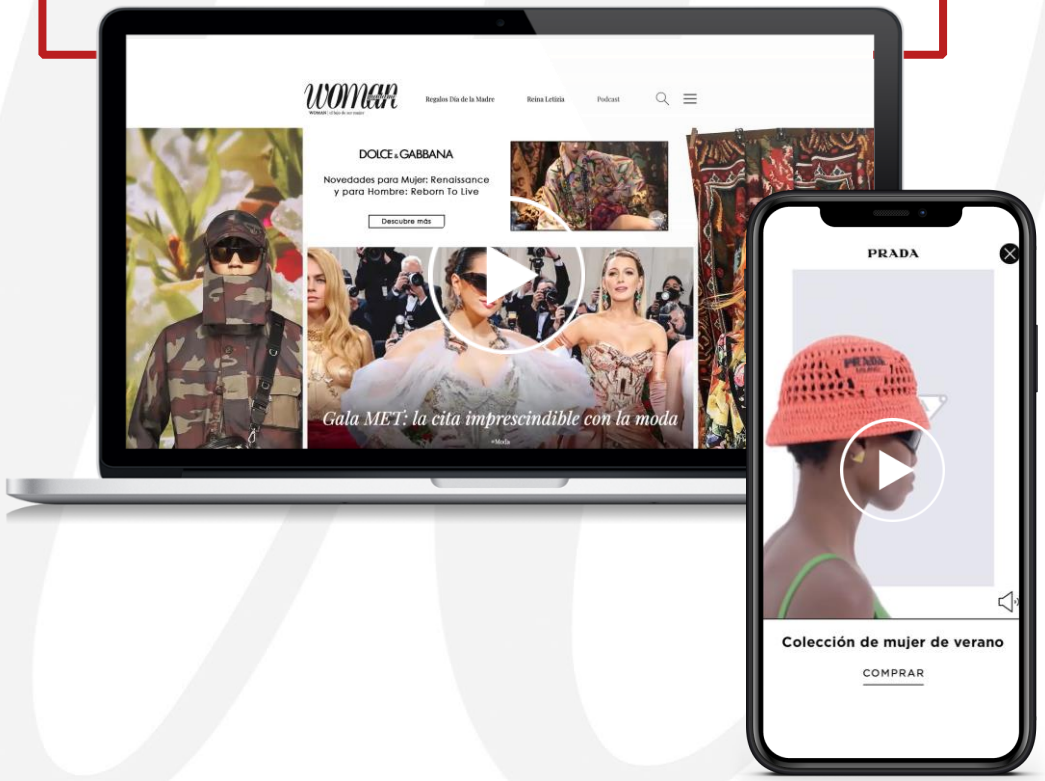
Spin card



Double video



Custom Brand Day





RR.SS.

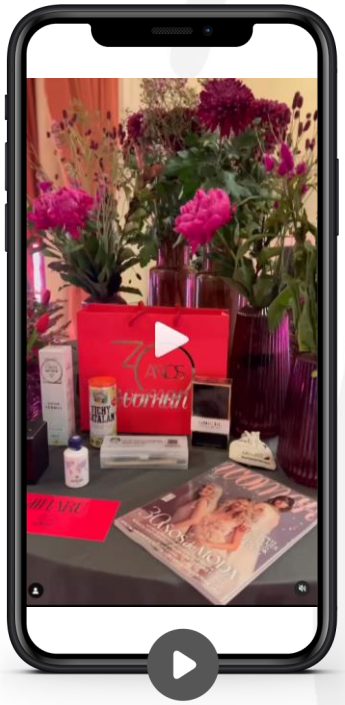
RR.SS.

1,6 MM Total Seguidores

Influencers



Directos



Viralización de contenidos



Ilustraciones personalizadas

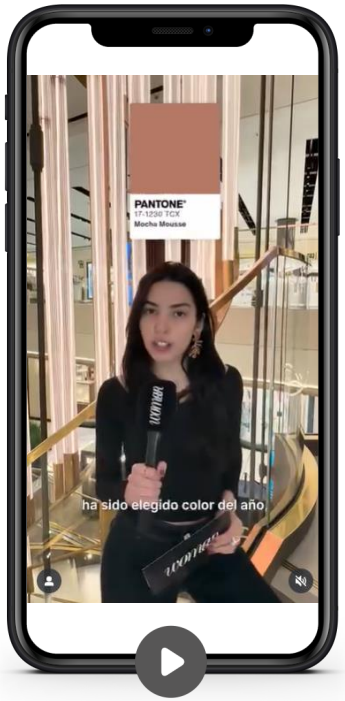


Fuente: RR.SS septiembre 2026.

RR.SS.

1,6 MM Total Seguidores

Maquillaje
Isolee Shops



Perfumes
Givenchy



Maquillaje
Shiseido



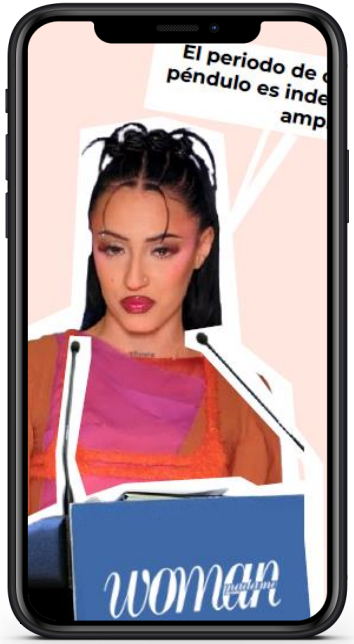
Experiencia
Woman



Fuente: RR.SS septiembre 2026.

1,6 MM Total Seguidores

woman.es



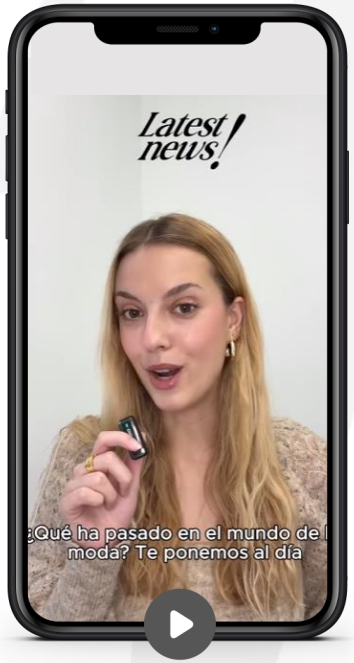
Recopilaremos los momentos más *ICONIC* de nuestras referentes teatralizando sus *quotes* más célebres bajo el paraguas de contenidos de Woman.

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

Fuente: RR.SS septiembre 2026.

1,6 MM Total Seguidores

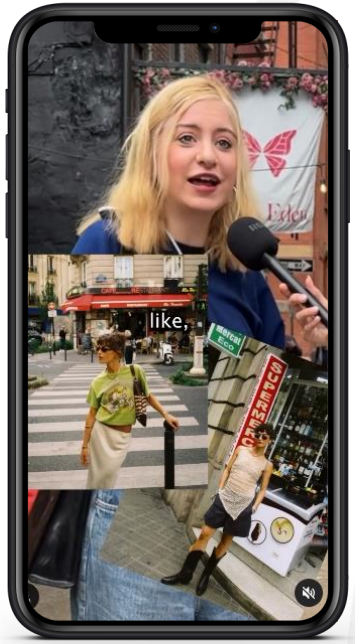
woman.es



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 *influencer* a que recree una foto icónica de alguna celebridad que le inspire.

LA INSPO

Fuente: RR.SS septiembre 2026.

AA.EE EVENTOS



EVENTOS ESPECIALES



Premios Woman (2025)



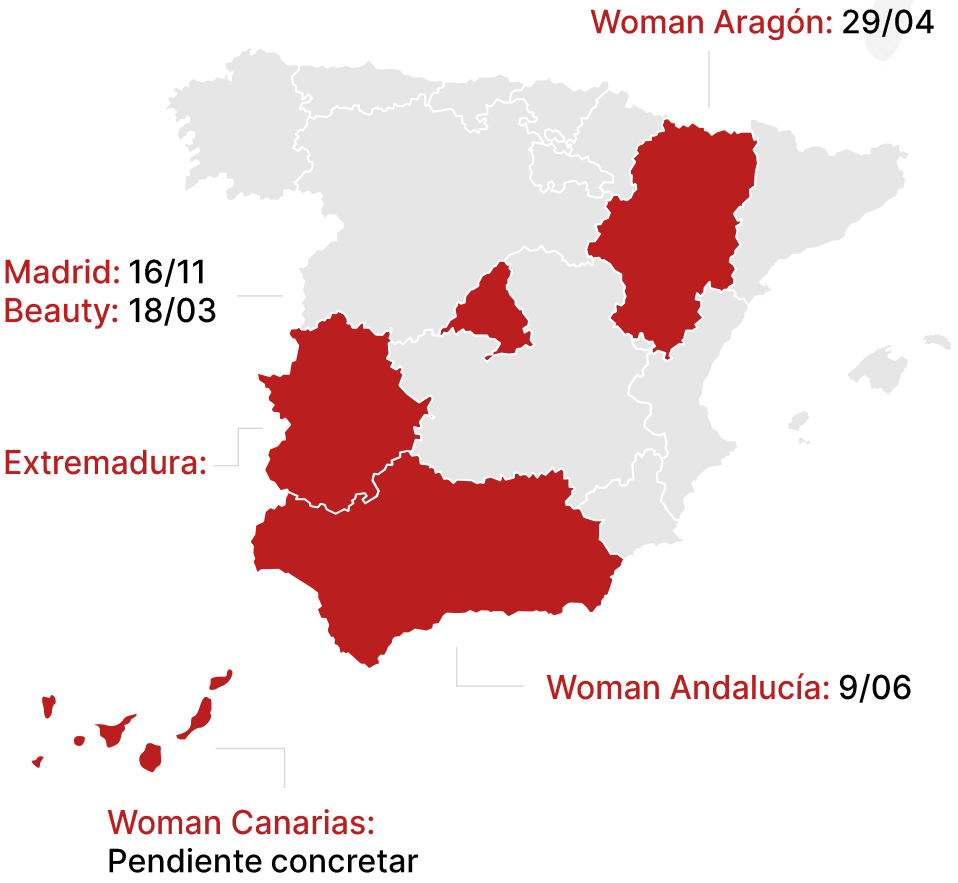
Premios Woman Beauty (2026)



Premios Woman Sport (2026)

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)

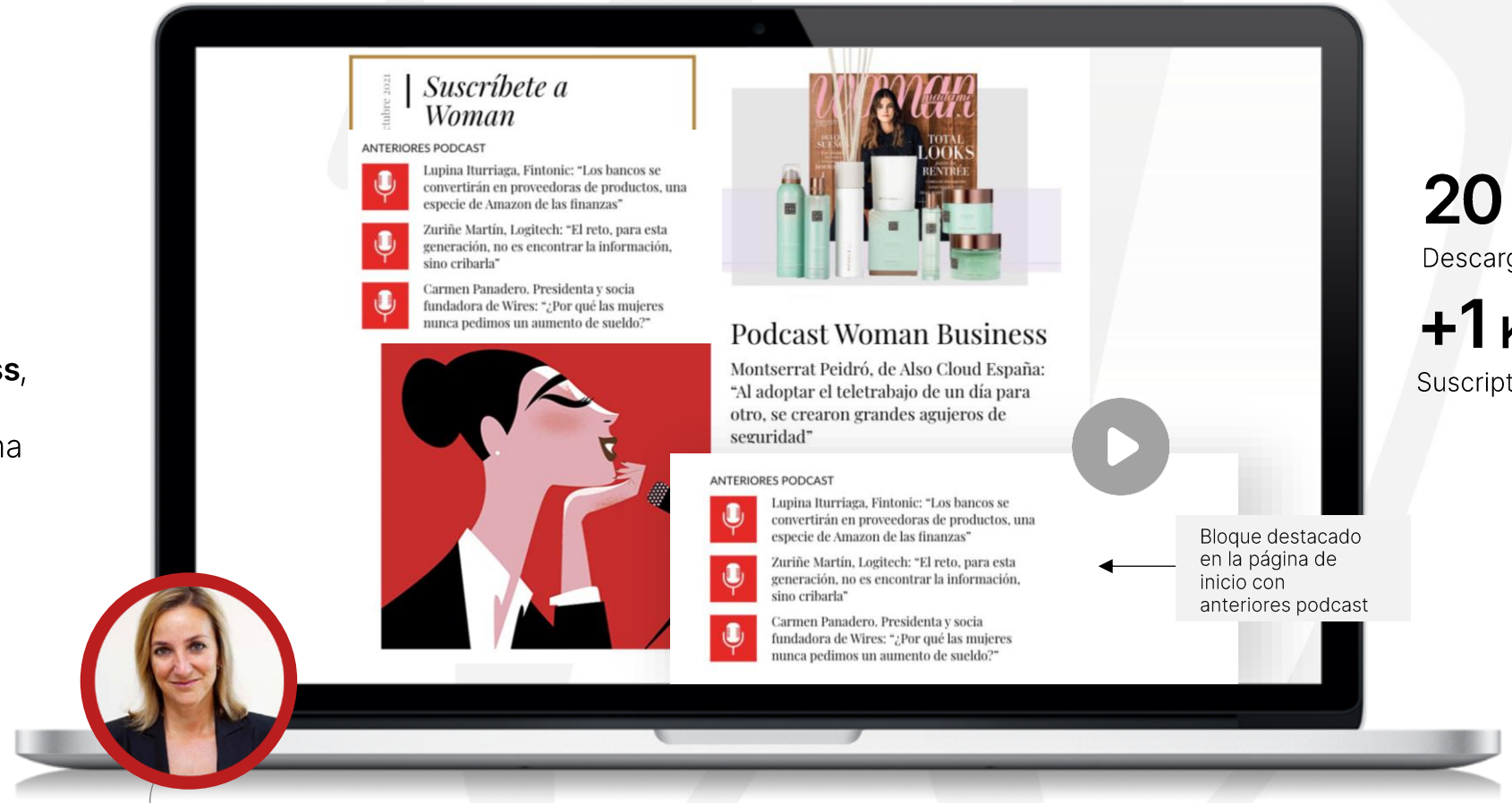
Woman Beauty
Woman Sport
Woman Care

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



Bloque destacado en la página de inicio con anteriores podcast

Presenta la periodista
Fátima Iglesias

20 K
Descargas

+1 K
Suscriptores

Fuentes: Spotify, Apple, iVoox, Google Podcast, Amazon Music y Podimo.

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.



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.



ACCIÓN 360º

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. Esto 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», planea Gemma, que reconoce con naturalidad que este convertirse en creadora de contenido «me vino caído del cielo, porque yo nunca había tenido interés en las redes sociales». Licenciada en publicidad, RRPP y marketing y con un máster 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, empezó a seguirme gente, gustó a las marcas y desde entonces, confían en mí. Yo siento que no he cambiado, tengo los pies en el suelo. En mi perfil soy muy yo, natural, relajada...»

Y reflejas un estilo de vida saludable con deporte, alimentación...

Sí, 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 he conseguido que me guste ir a entrenar, coger esa rutina. Hay que tener mucha paciencia, hacer el esfuerzo y echarle ganas. Hay días que cuesta y se supera y yo si alguno no me apetece nada, pues me lo permito. Soy de escucharme mucho a mí misma. Igual hago con la alimentación: intento seguir >

124

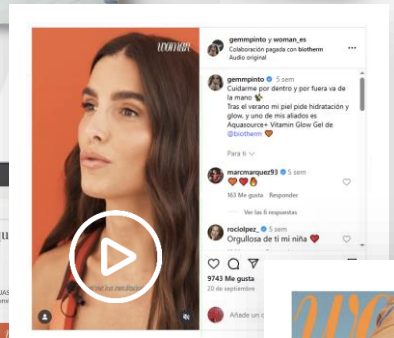
UNA PIEL LUMINOSA
Gemma lleva top y mallas PORT DE BRAS y bolso MICHAEL MICHAEL KORS. En el rostro se aplicó Aquasource+ Vitamin Glow Gel de BIOTHERM, que aporta hidratación y luminosidad. También reduce manchitas e imperfecciones.


CUERPO FIT
Lo lucen con top y falda deportivos LACOSTE. Y lo trabaja con ejercicios de fuerza tres días a la semana y cuida Hydra crema corporal nutrimarine Colágeno Fit de BIOTHERM, que hidrata y tonifica.


UNA PIEL LUMINOSA
Gemma lleva top y mallas PORT DE BRAS y bolso MICHAEL MICHAEL KORS. En el rostro se aplicó Aquasource+ Vitamin Glow Gel de BIOTHERM, que aporta hidratación y luminosidad. También reduce manchitas e imperfecciones.


EN FORMA

«Si tengo que elegir entre 20 fotos, escojo en la que estoy sonriendo, porque es la que define mi vida ahora. Estoy super feliz».

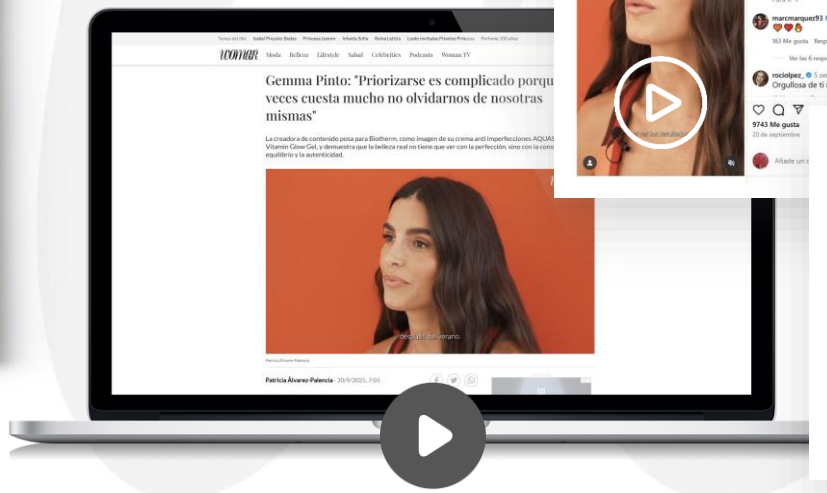

gemmpinto y woman_es
Colaboración pagada con biotherm
Audio original

gemmpinto 5 sem
Cuidarme por dentro y por fuera va de la mano
Tras el verano mi piel pide hidratación y glow. y uno de mis aliados es Aquasource+ Vitamin Glow Gel de @biotherm

marcmarquez93 5 sem
163 Me gusta Responder
Ver las 6 respuestas

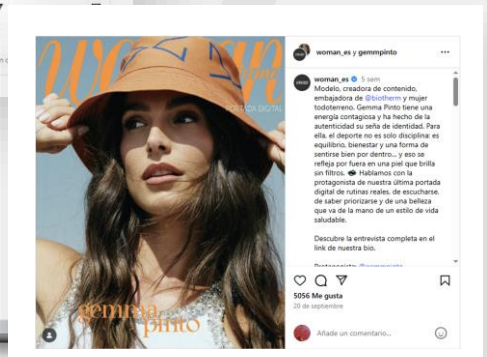
rociolpez_ 5 sem
Orgullosa de ti mi niña

9743 Me gusta
22 de septiembre
Añade un c...


Gemma Pinto: "Priorizarse es complicado porqu veces cuesta mucho no olvidarnos de nosotras mismas"

La creadora de contenido posa para Biotherm, como imagen de su crema anti imperfecciones AQUAS Vitamin Glow Gel, y demuestra que la belleza real no tiene que ver con la perfección, sino con la cons equilibrio y la autenticidad.

Patricia Álvarez-Palencia - 20/9/2025, 7:05


woman_es y gemmpinto

woman_es 5 sem
Modelo, creadora de contenido, embajadora de @biotherm y mujer todoterreno. Gemma Pinto tiene una energía contagiosa y ha hecho de la autenticidad su seña de identidad. Para ella, el deporte no es solo disciplina: es equilibrio, bienestar y una forma de sentirse bien por dentro... y eso se refleja por fuera en una piel que brilla sin filtros. Hablamos con la protagonista de nuestra última portada digital de rutinas reales, de escucharse, de saber priorizarse y de una belleza que va de la mano de un estilo de vida saludable.

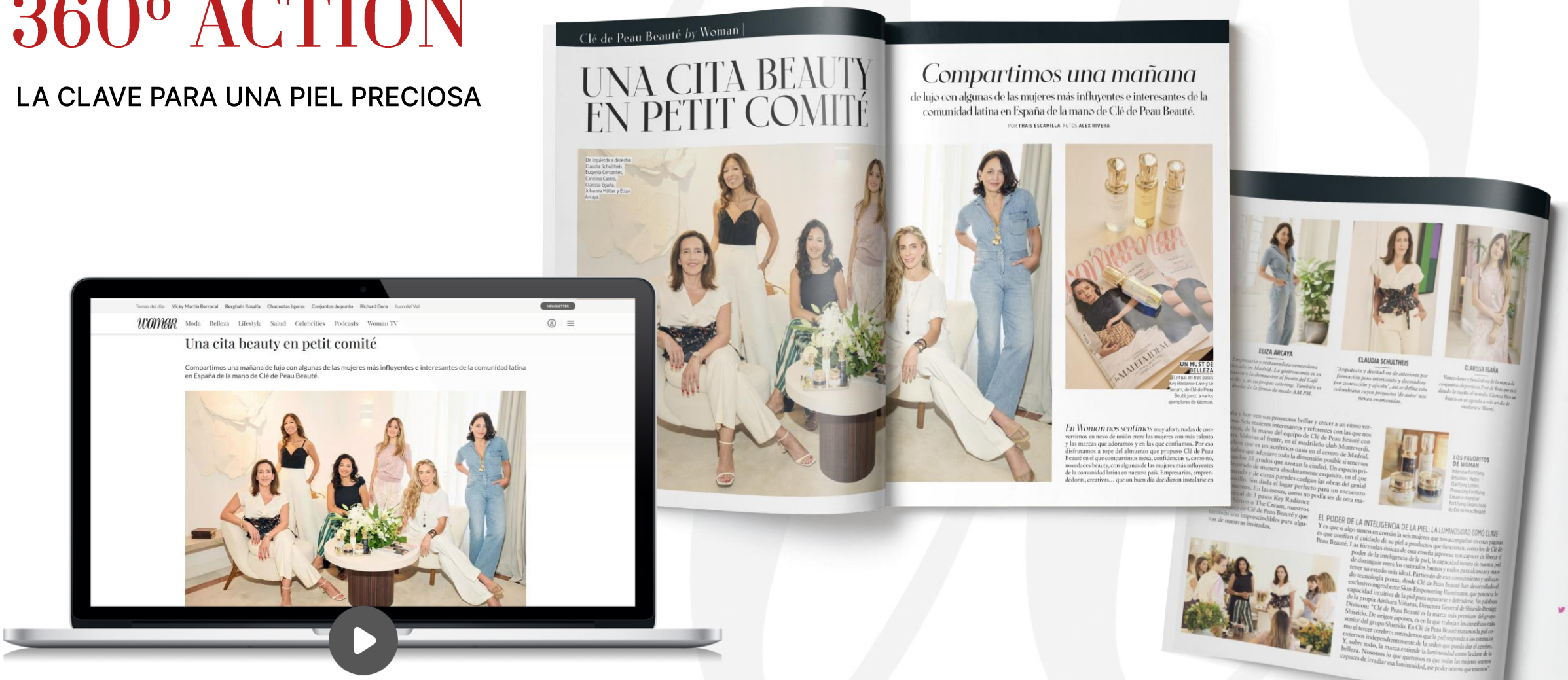
Descubre la entrevista completa en el link de nuestra bio.

5056 Me gusta
20 de septiembre
Añade un comentario...

IMPRESO + DIGITAL + RR.SS.

360º ACTION

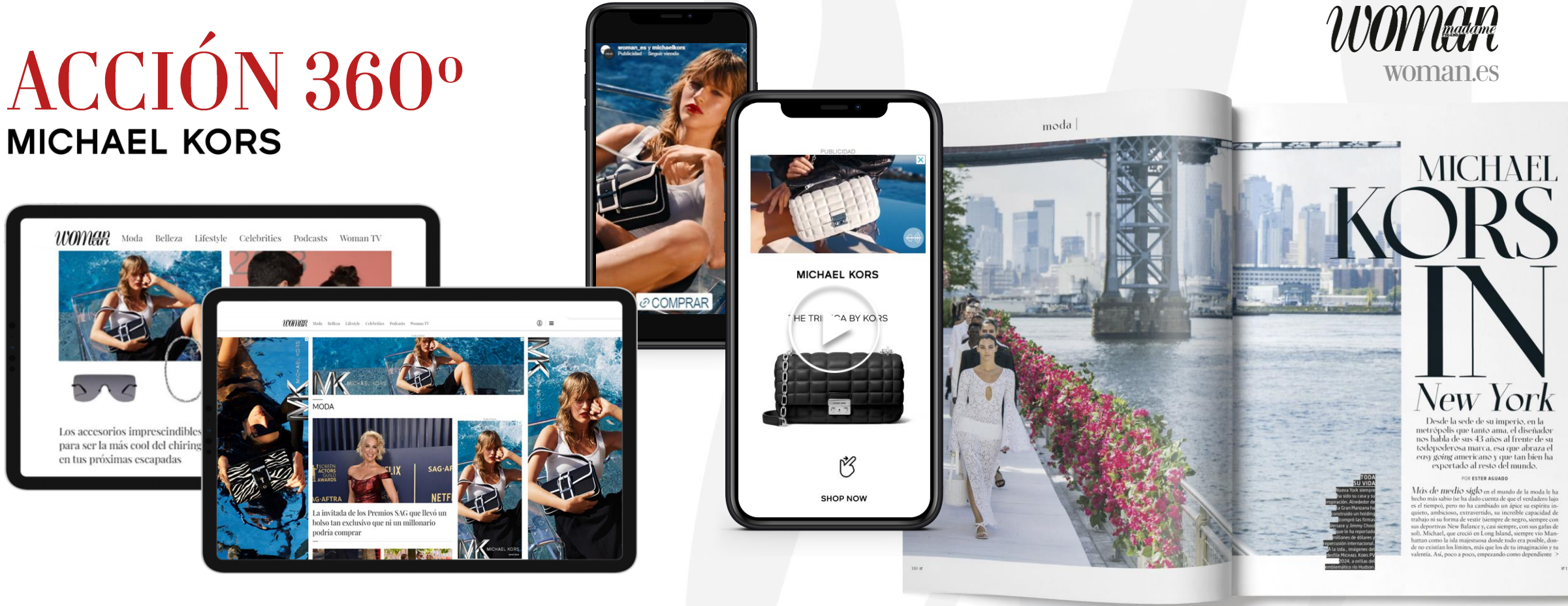
LA CLAVE PARA UNA PIEL PRECIOSA



IMPRESO + DIGITAL

ACCIÓN 360º

MICHAEL KORS



woman madame
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

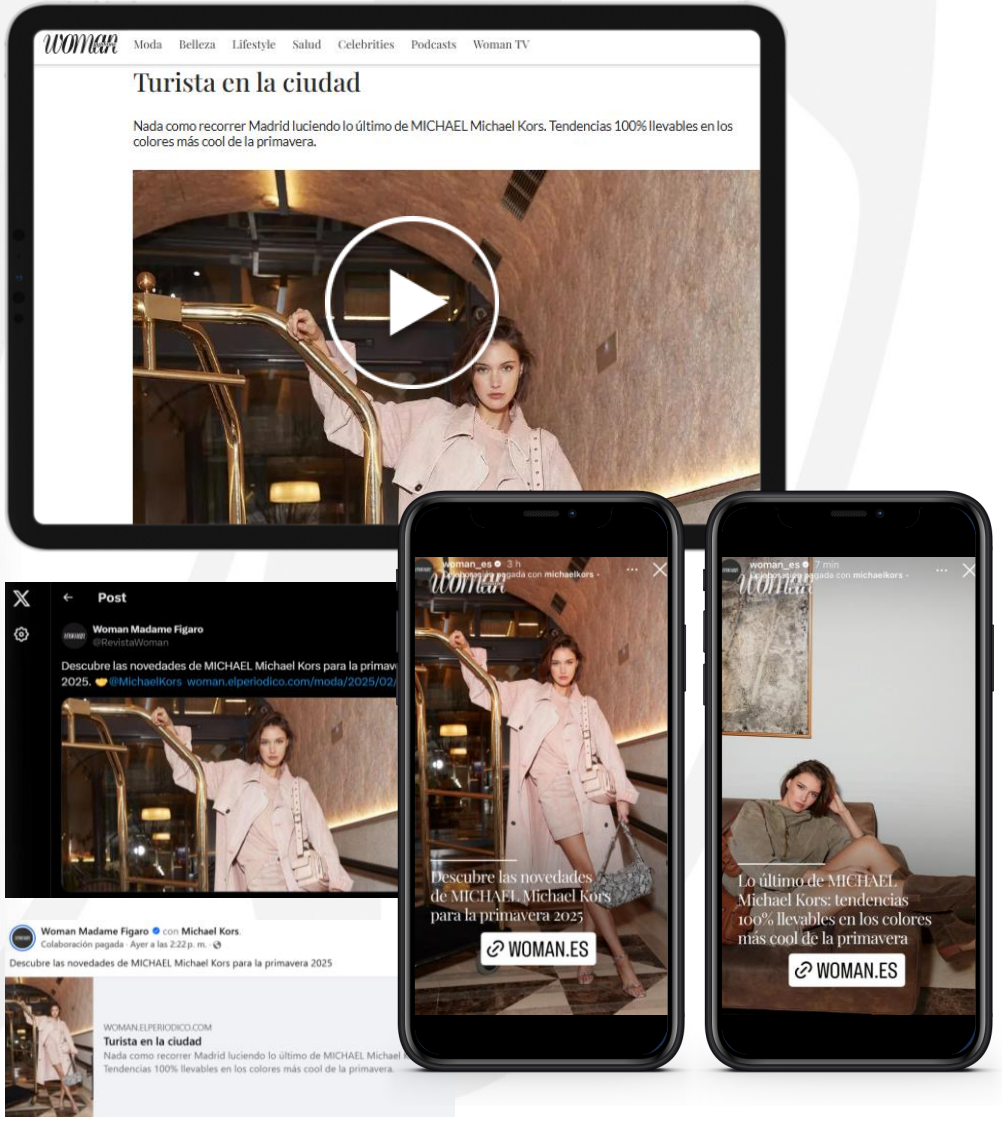
MICHAEL KORS



PRINT

Contenido, incluida la producción de moda

DIGITAL + REDES SOCIALES

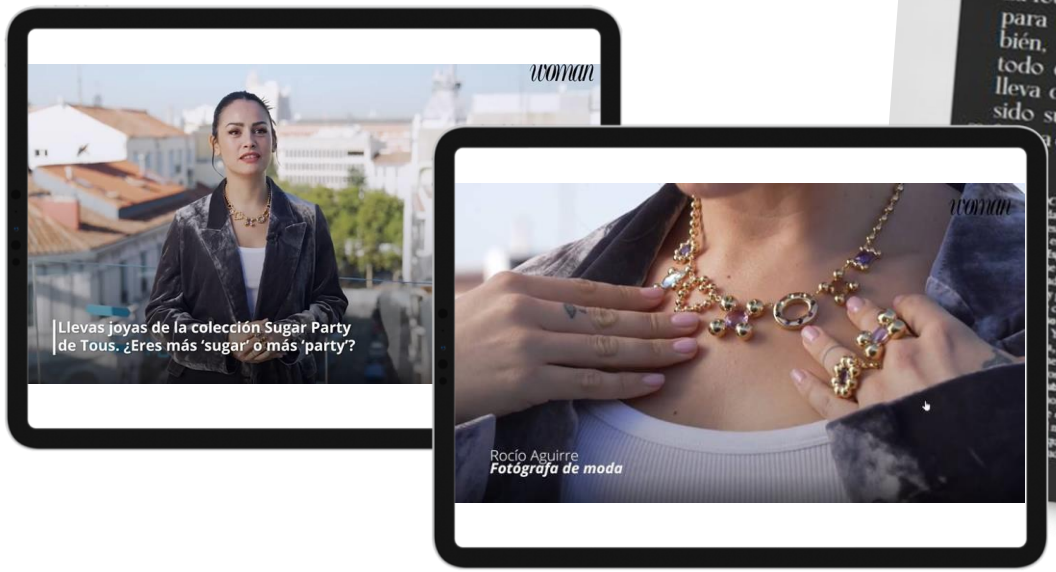


ACCIÓN 360º

TOUS

Producción con Rocío Aguirre

Fotógrafa e imagen de la marca





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

ACCIÓN 360º Calvin Klein

woman madame
woman.es



MY EUPHORIA

Esta **atrevida Eau de Parfum** de Calvin Klein enciende los sentidos: ahumada y dulce al tiempo, la nueva fragancia floral ambarina de múltiples facetas captura la esencia de la alegría. Los perfumistas Frank Voelkl y Natalie Lorson destacan la nota protagonista de la colección de fragancias Euphoria, la orquídea y la tiñen de laca roja brillante, en un toque juvenil e inesperado (96 €/50 ml).

mejor que yo puedo ofrecer es esa diversidad cultural, esa apertura de mente, ese poder entender distintas vidas. Eso abre ante ti un camino espectacular.

¿Te has vuelto más exigente a la hora de elegir proyectos?

Sobre todo, a la hora de escoger a los personajes. Al principio, cuando empiezas, es un milagro que alguien te ofrezca trabajo y ahora lo que es otro milagro más grande es que me lleguen cosas que realmente quiero hacer. Toco madera.

¿Y de qué personaje te sientes más orgullosa?

Nadia (*Elite*) me ha dado apertura, no solo hacia el mundo, para que se vea mi trabajo de forma internacional, sino en cuanto a progresión. Ten en cuenta que, cuando se estrene la temporada 8, que estamos rodando, han pasado 6 años desde que aparecí por última vez. Por eso le tengo mucho cariño y estoy tan contenta de volver a interpretarlo. No me dejan contar nada más (risas).

¿Y tampoco puedes explicar nada de tu nuevo proyecto con Álvaro Morte?

Que estoy ensayando a tope y que estoy encantada por el personaje, por lo que hace y por los compañeros... ¡Y además es cine! Espero que se estrene en pantalla grande.

No es mi primera película, pero nunca me he visto en el cine, porque *Mañana es hoy* se estrenó en plataforma.

¿Por qué te has aliado con Euphoria de Calvin Klein en esta aventura?

Siempre me ha encantado, desde que tengo recuerdos: es una marca muy auténtica y, al mismo tiempo, cercana, urbana, sin dejar de ser trendy. Yo me considero una mujer muy terrenal, de raíces y quizá le aporto esa energía. Sobre todo, con ella puedo ser yo misma, sin pretensiones, me empodera. Calvin Klein, con 55 años de historia, siempre hizo gala de una gran diversidad al elegir a gente como Beth Ditto (The Gossip), Jung Hoyeon (*El juego del calamar*) o Jennie (Blackpink), entre sus embajadoras o al lanzar el CK One, el primer perfume unisex (no gender) del mundo.

Su nueva fragancia My Euphoria también tiene un punto sexy y sensual. ¿Como tú?

Pues mira, pensaba que no lo tenía, pero es que lo había enterrado. Y todo viene de la seguridad: cuando me siento segura, soy sexy, poderosa, sensual. Antes era más masculina, pero ahora me pide el cuerpo mostrar mis curvas y mirar como una leona. Y sí, lo estoy disfrutando.

Con los años, has llegado a aceptarte a ti misma...

¿Sabes de lo que me he dado cuenta? De que cuando dices: «Esta soy yo», todo hace boom. Y te sientes pletórica. Pero hay que pasar la adolescencia, las inseguridades con el cuerpo, con los rizos... pero yo ya tengo mis añitos y mucha reflexión. Cuando te aceptas, explota una luz.

¿Y cómo te ves ahora?

Soy una persona coherente, que busca siempre la bondad a su alrededor, sin meterse en el camino de nadie, a no ser que me pidan permiso o una mano... Soy muy empática: me gusta observar a la gente para ver cómo se siente y si puedo echar una mano, aportar algo a la sociedad. Y puntual, siempre.

HISTORIA DE LA EDICIÓN: **PILAR LUCAS** PARA THE ARTIST TALENT. MAKE UP: **YOLI** PARA THE ARTIST TALENT. ESTILISMO: **BELÉN GARCÍA**. ASISTENTE: FOTO: **SANDRA ANGSTADT**. ASISTENTE FOTO Y VÍDEO: **MIREN O.** THE ARTIST TALENTO. PRODUCCIÓN: **ELENA GIL**. AGRADECIMIENTOS: PLUMETERIA MON PARMASSE.





LUCHA CONTRA EL RACISMO

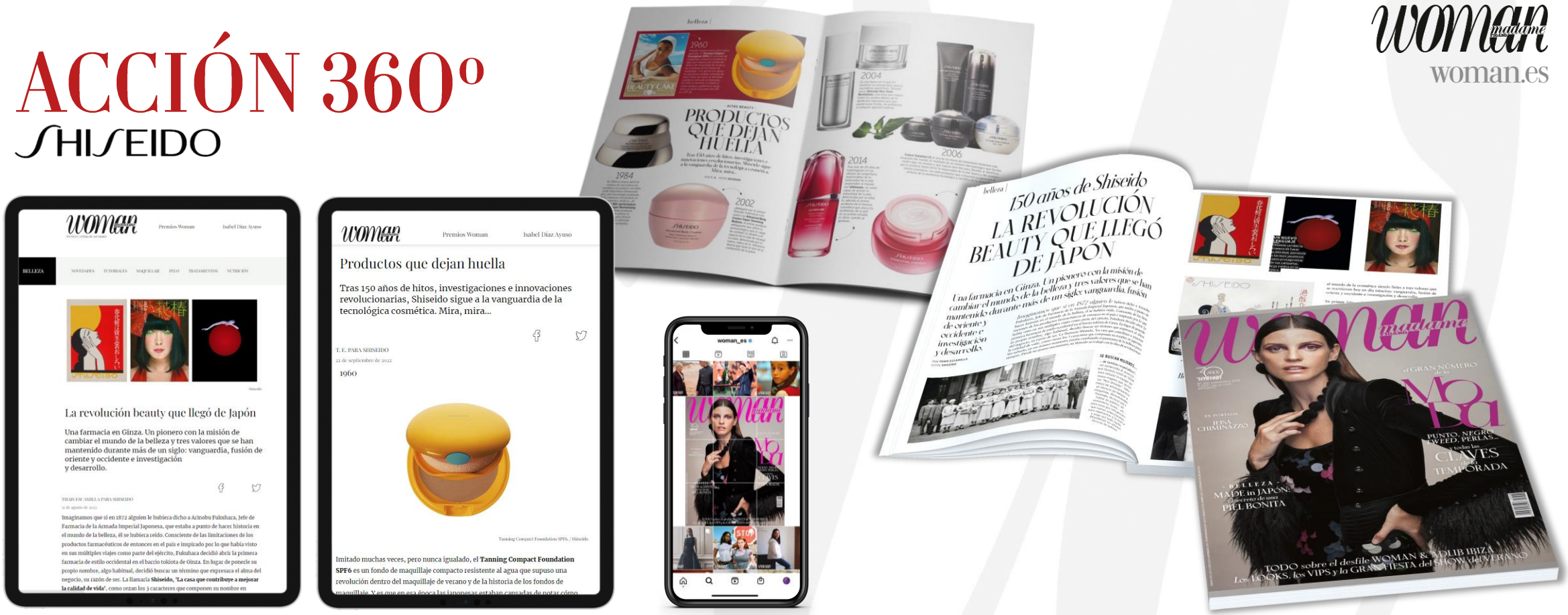
«De todas las causas por las que luchar, elijo contra el racismo. Las nuevas generaciones deben vivir en un mundo en paz, sin señalar, sin ofender. Al racismo hay que ponerle foco, palabras», explica Mina. Pantalón y bomber CALVIN KLEIN.

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

ACCIÓN 360º

SHISEIDO

woman madame
woman.es



PRINT

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

+

DIGITAL + RR.SS.

Viralización de contenidos
En Woman.es y RR.SS.

Viralización de la portada
En RR.SS.

ACCIÓN CON LECTORAS





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

RESERVA LA FECHA

woman madame
woman.es

2026

Ediciones especiales en 2026



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.

Abril / Noviembre

Decoración



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.

Marzo / Octubre

Niños



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 / Diciembre

Joyería



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.

Mayo

Novias



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.

Septiembre

Madrid

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.

woman madame FIGARO

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

PRENSA IBÉRICA