

ПСИХОЛОГИЯ

PSYCHOLOGIES

MEDIAKIT

2024

PSYCHOLOGIES

215 мм

274 мм



+ 30 %

НОВЫЙ ФОРМАТ МЫ СТАЛИ БОЛЬШЕ!

Больше журнал, больше пользы

Наш журнал переходит из travel-формата в
новый формат **215x274 мм**

Мы меняемся для вас!

Теперь 6 выпусков в год

PSYCHOLOGIES – уникальный журнал, главная миссия которого – повышение качества жизни каждого читателя. Вопросы самопознания, способы раскрыть собственные возможности, получение удовольствия от отношений с другими людьми, осознанность жизни и личный комфорт – то, зачем приходят читатели. Журнал, основанный в 1970 году во Франции, стал ядром бренда, основа которого держится на трех китах: доверие, забота и польза. В России проект выходит больше 15 лет.

Читатели **PSYCHOLOGIES** – люди, которым уже недостаточно просто глянцевого журнала, кто хочет не пролистывать, а читать, кто ищет ответы на волнующие его вопросы и находит себя в каждой истории.

Не упрощая и не усложняя, **PSYCHOLOGIES** позволяет взглянуть на жизнь с обоснованно оптимистичной точки зрения. Доверие и любовь аудитории – главная ценность для нас.

Анна Бурашова,
Главный редактор **PSYCHOLOGIES**



ПОЧЕМУ PSYCHOLOGIES?

Концепция издания вызывает у читателя чувство благодарности и служит основой его лояльности.

Читатели журнала привыкли покупать печатную версию Psychologies как целостный продукт и предпочитают ее отдельным статьям в интернете.

Доверие читателей к материалам Psychologies переносится и на марки, которые рекламируются в издании.

Читатели Psychologies стремятся к самопознанию, хотят найти ответы на вопросы о себе, своей жизни, отношениях с окружающими. Они готовы действовать и меняться в лучшую сторону.

Современный дизайн макета, достойное редакционное окружение, строго выдержанная пропорция редакционного материала и рекламы обеспечивают достаточное внимание каждому рекламодателю.



ЭКОСИСТЕМА БРЕНДА PSYCHOLOGIES

Совокупная аудитория бренда охватывает около **7,5 миллионов** преданных читателей



ДИСТРИБУЦИЯ ЖУРНАЛА

Продажи более чем в **9 000 торговых точках**

Распространение в **250 городах России**

Региональные представительства: **49 офисов в России и Беларуси**



Офлайн распространение журнала:

Супермаркеты, гипермаркеты, киоски, АЗС и другие торговые точки.



Онлайн распространение журнала:

- Маркетплейсы Wildberries, OZON.



АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛА

Ядро аудитории: женщины 20 – 44 года с высоким уровнем дохода

- 64%** Женщины
- 36%** Мужчины
- 48%** С высшим образованием
- 47%** Занимают статусную должность
- 73%** Высокий и средний доход
- 33%** В возрасте 16 – 24 года
- 27%** В возрасте 25 – 34 года
- 20 %** В возрасте 35 – 44 года

АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛА

- С **активной** жизненной позицией;
- Кому **недостаточно** «просто глянцевого журнала»;
- **Открыты новому** – исследуют, думают, ищут, оценивают, выбирают;
- **Искушены** и полагаются на себя в принятии решений.

52% Имеют детей

51% Состоят в браке

51% Могут позволить себе покупать дорогие вещи

АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛА

Эксклюзивная аудитория:

Аудитория, читающая только нас

66,7% - 744,9 тыс. читателей

Лояльная аудитория:

Читатели, покупающие журнал **не менее 60% номеров в год**

44% читателей

Psychologies - журнал №1 в России по доле
лояльной аудитории

РЕДАКЦИОННЫЙ ПЛАН 2024*

МАРТ

Дата выхода: 23 февраля

Тираж: 100 000 экз

АПРЕЛЬ-МАЙ

Дата выхода: 22 марта

Тираж: 100 000 экз

ЛЕТО

Дата выхода: 24 мая

Тираж: 100 000 экз

СЕНТЯБРЬ

Дата выхода: 23 августа

Тираж: 100 000 экз

ОКТЯБРЬ-НОЯБРЬ

Дата выхода: 20 сентября

Тираж: 100 000 экз

ДЕКАБРЬ 2024 – ЯНВАРЬ 2025

Дата выхода: 22 ноября

Тираж: 100 000 экз

ПРОМО НОВОГО ФОРМАТА ЖУРНАЛА

Поддержка номеров по году + имиджевые рекламные кампании

Радио: Новое Радио, Европа Плюс, Радио 7, Монте Карло, Хит ФМ, Русское Радио, Радио Романтика, Relax FM

ТВ: Домашний, Европа Плюс ТВ, СТС, Ю-ТВ, TV-1000

Соц.сети: Вконтакте, Одноклассники, Telegram, Viber



МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОЕКТЫ

Psychologies проводит собственные мероприятия и проекты для аудитории бренда.

PSYCHOLOGIES travel / Mini PSYCHOLOGIES travel — выездные ретрит-туры с приглашенным экспертом-психологом с экскурсиями, дегустациями, spa-программой.

Конференция PSYCHOLOGIES DAY / Мастерская PSYCHOLOGIES — ежегодная конференция журнала с участием психологов, лидеров мнений и звезд. А также прикладные занятия в формате мастер-классов.

Вебинары PSYCHOLOGIES — онлайн вебинары с психологами и другими экспертами бренда на сайте и в социальных сетях бренда.

Курсы PSYCHOLOGIES — регулярные онлайн курсы по психологии для широкой аудитории в партнёрстве с онлайн-школой Психодемия

ВОЗМОЖНОСТИ PR-ПОДДЕРЖКИ В ЖУРНАЛЕ

ОБЛОЖКА

Четыре раза в год мы делаем собственные эксклюзивные съемки на обложку и для рубрики «Диван» с российскими знаменитостями – актерами, музыкантами, деятелями искусства.



ВОЗМОЖНОСТИ PR-ПОДДЕРЖКИ В ЖУРНАЛЕ

Стиль
Вкус жизни

Эксклюзив
Все оттенки беж

Эталон
Вкус жизни

Текст: Анастасия Заремко

Стилисты уверяют, что моды в гостевых топах создают забавную нежность, кружачки и новизны. Они раскрашены для более оживленной вышности.

Красиво и практично

1. Просторный карман
2. Вязаный воротник
3. Шелковый пояс
4. Шелковый пояс
5. Шелковый пояс
6. Шелковый пояс
7. Шелковый пояс
8. Шелковый пояс
9. Шелковый пояс
10. Шелковый пояс

Текст: Ирина Пинчук

Хорошие новости

Моя Рука
Мягко и бережно ухаживает за кожей рук. Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Моя Лица
Увлажняет и питает кожу лица. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Моя Лица
Увлажняет и питает кожу лица. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Дорогие для вас
Увлажняет и питает кожу лица. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Самые лучшие для женщины
Шелковый, шелковистый и мягкий на ощупь материал. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Мастер макияжа
Увлажняет и питает кожу лица. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Самые красивые цвета
Идеально подходят для создания образа. Содержат экстракт жемчуга и витамин Е. Защищают от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Новый образ
Легкий и удобный. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Тренд
Увлажняет и питает кожу лица. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Все будет гладко
Увлажняет и питает кожу лица. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

В ролле
Увлажняет и питает кожу лица. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

В ролле
Увлажняет и питает кожу лица. Содержит витамин С и гиалуроновую кислоту. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Растительная жизнь

Самые красивые оттенки жизни — это оттенки растений. Содержат экстракт жемчуга и витамин Е. Защищают от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Вкус жизни
Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Модный рад
Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Что важно
Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Образ
Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

“Я хочу, чтобы меня воспринимали всерьез”

Текст: Анастасия Заремко

Об образе
Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

Самые модные ноты
Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

3 факта о губной помаде в 1940-е годы

Текст: Анастасия Заремко

Самые модные ноты
Содержит экстракт жемчуга и витамин Е. Защищает от ультрафиолета. Подходит для сухой и чувствительной кожи.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

Psychologies вдохновляется **вашей** маркой

Специальные проекты – это **уникальный формат**, совмещающий **эмоциональное и рациональное** восприятие марки и продукта.

- Индивидуальный подход
- Интеграция в содержание журнала
- Редакционный контроль качества
- Приоритетное позиционирование в журнале

PSYCHOLOGIES PROMOTION

БЕРЕЖНО К СЕБЕ

«Осмысленный уход за кожей» – это выражение часто используемых за последние десятилетия. Когда быти-ригитал наполнен смыслом, из повинности и борьбы за молодость кожи он превращается в акт заботы о себе.



1. Восстанавливающий антивозрастной крем CEMIA NERA. Вечерний Night Cream.
2. Преобразующий крем-эликсир с двойной защитой CEMIA NERA. Day Cream. Morning Light Cream.
3. Создает стратифицированный уход CEMIA NERA. Moisture и увлажняет (сентябрь 2019 г.).
4. Смягчает и восстанавливает кожу CEMIA NERA. Beauty Milk. Мягкий Milk. Все – из инновационного антивозрастного ухода CEMIA NERA of Amora beauty.

С советом ухаживать за кожей бережно и осознанно мы слышим постоянно. Но насколько мы слышим свой? Бережно, для этого это рутина. А что, если вынуть из нее то, другой? Осмысленный уход – это комфортные средства, понимание того, как они работают, системность и дисциплина. Привычка антивозрастного ухода CEMIA NERA of Amora beauty идеально вписывается в эту концепцию. Далеко от привычных шаблонных тональных фото-эффектов смеслов. В их основе – высококачественное растение Mycobolatus Rabellatio, обладающее увлажняющей способностью и регенерирующей. Оно не только возвращает к жизни в условиях полноты клеток, стимулирует выработку коллагена, выводит токсины. Внезапные результаты заметны уже после первого применения. Добавьте к этому потрясающее текстурное. Особенно впечатляет новинка – средство-трансформер Neoconvert™, жидкий флюид в упаковке превращается в крем. Его не только скремблируют движениями в один или несколько слоев. Перед нанесением точечно втирают, выравнивая цвет лица. Второй типит и придает упругость. А третий дарит коже уход, делает кожу более плотной и придает сияние. Именно, сколько времени на ухаживает себе, с премиальными антивозрастными уходами CEMIA NERA of Amora beauty ваш быти-ригитал станет осмысленным и эффективным.

Рисунки: Елена Смирнова/Иллюстрация. * Издание в формате «журнал» в издательстве «Арт-пресс» в январе 2021 г.

Что для вас уход за кожей?

ТЕСТ

Ответьте на 5 вопросов и узнаете, какое место в вашей жизни занимает быти-ригитал.

1. Какой совет вы бы дали юной версии себя?
 - A. Люби себя, слушай внутренний голос и не мешай в уюту окружающим.
 - B. Познавай в себе, знакомься спортом и займись о зарыве.
 - B. Слушай, что говорит старшие. Выбери приглянувшую профессию.
2. У вас был трудный день. Перед сном вы:
 - A. Примите ванну с пеной, сделайте маску для лица и закажите вкусный ужин.
 - B. Снимите макияж, нанесите крем и легите спать пораньше, чтобы восстановить силы.
 - V. Сделайте все, что и обычно, чтобы не выбиваться из ритма.
3. Насколько для вас важна внешность?
 - A. Не слышать. Внутренняя красота – лучший символ для меня и приоритет.
 - B. Важно, но не преобладающее. Хотя мне нравится заниматься собой.
 - V. Очень важно. По ней судят о человеке. Приходится тратить на это много сил.
4. Сколько косметики вы возьмете с собой в летний отпуск?
 - A. Большую косметику. Как раз будет время спокойно поддать маскам и попользоваться кремом с макиевым.
 - B. Ежедневный базовый уход. Немного макияжа. И обязательно солнцезащитное средство.
 - V. Свой минимум. Отдых отнюдь сказывается на состоянии кожи. И краситься не нужно.
5. Сколько времени вы готовы уделять заботе о себе?
 - A. Столько, сколько потребуется.
 - B. Максимум полчаса в день.
 - V. Буквально 5–10 минут.

БОЛЬШИНСТВО А ...ВРЕМЯ ДЛЯ СЕБЯ

Быти-ригитал для вас – возможность забыть надоевшие с собой, заботы о работе и других заботах. Поэтому традиционный антивозрастной уход CEMIA NERA of Amora beauty с уникальным смесловым текстурным преобразующим кремом. Вы можете выбрать продукт по своему вкусу: легкий гель-крем, питательный крем или средство-трансформер Neoconvert. С ними ваш уход станет приятным ритуалом, побольше о ней и заботы, лето и доброе утро.

БОЛЬШИНСТВО Б ...ПРИЯТНАЯ ПРИВЫЧКА

К уходу за кожей, как и к большинству вещей, у вас привычный и системный подход. При этом вы не забываете об удовольствии. Вы готовы тратить, чтобы быть красивой и чувствовать себя лучше, что приносит и результат вас порадует. К своему эффекту от применения антивозрастного ухода CEMIA NERA быстро становится привычкой. Так что эта привычка является частью быти-ригитала, ставшая его неотъемлемой частью и комфортной.

БОЛЬШИНСТВО В ...НЕПРЕЛОЖНОЕ ПРАВИЛО

Вы – человек ответственный и заботитесь о своей коже по всем правилам и потому что не ленитесь. В этом нет ничего плохого. Главное, чтобы этот ритуал не превратился в обязанность. Помните, чтобы этот ритуал стал способом ухаживать именно за собой. Вы больше, чем о традиционных антивозрастных средствах CEMIA NERA сделать это так же легко, а заметные изменения точно придут.

2024 РЕКЛАМНЫЕ РАСЦЕНКИ*

- 1/1 полоса (без позиционирования) – 600 000 руб.
- 1/2 полосы – 470 000 руб.
- 1/3 полосы – 320 000 руб.
- Открывающий разворот – 1 750 000 руб.
- 2-ой разворот – 1 650 000 руб.
- 3-ий разворот – 1 450 000 руб.
- 4-ый разворот – 1 250 000 руб.
- Разворот между спецпозициями – 1 250 000 руб.
- Разворот (без позиционирования) – 1 200 000 руб.
- Полоса напротив рубрик Содержание / Команда / Письмо Редактора / Письма – 680 000 руб.
- Полоса напротив рубрик «Диван» / «Взгляд» – 660 000 руб.
- Полоса в рубриках «Досье» / «Вкус жизни» – 560 000 руб.
- Внутренняя задняя обложка – 670 000 руб.
- 4-я обложка – 1 700 000 руб.



PSYCHOLOGIES

КОНТАКТЫ

**ДИРЕКТОР ПО РЕКЛАМЕ
PSYCHOLOGIES RUSSIA**

Стася Яншевская

e-mail: anastasiya.yanshevskaya@sholding.ru

ПСИХОЛОГИЯ

PSYCHOLOGIES

НАЙТИ СЕБЯ И ЖИТЬ ЛУЧШЕ

MEDIAKIT
2024