

30 лет **Ли́за**[®] ВМЕСТЕ

Все краски жизни для тебя!



МЕДИАКИТ 2025

П И С Ь М О Г Л А В Н О Г О
Р Е Д А К Т О Р А

Л «Лиза» — это не просто всемирно известный бренд, который появился в России в 1995 году и за три десятилетия покорила миллионы людей, сегодня это огромное женское сообщество! Сначала в печатной версии: «Лиза» остается самым популярным в стране еженедельным журналом для женщин любого возраста. А затем и на онлайн-платформах: сайт lisa.ru и соцсети издания ежегодно растут вместе с читательским интересом и потребностями.

«Лиза» отвечает на вопросы своей аудитории в режиме реального времени — подсказывает, советует, вдохновляет и помогает быть счастливой «здесь и сейчас»!

«Лиза» — это актуальная мода, шопинг, секреты красоты, консультации врачей и экспертов, психология отношений, идеи для дома, лучшие кулинарные рецепты, лайфхаки для всей семьи. А еще это гид по знаменитостям, которые своим примером мотивируют быть успешными во всех сферах жизни.

*Лиза — это мы.
И мы вместе.*

**АЛЕНА АЛЕКСАНДРОВА,
главный редактор**





ЛИЗА – бренд с многолетней историей, покоривший миллионы женщин в России.

**ЖУРНАЛ ИЗДАЕТСЯ
В РОССИИ С 1995 ГОДА**

**Журнал «Лиза» – лидер по аудитории
среди всех женских изданий!**

«Лиза» – популярный в России еженедельный журнал для женщин. Романтические истории о настоящей любви и рассказы читательниц о разных жизненных ситуациях. Аспекты психологии, секреты успешных отношений, консультации экспертов. А еще модный шопинг, последние тренды, необычные идеи для дома, лучшие кулинарные рецепты, увлекательные путешествия по России и всему миру, а также все о жизни любимых знаменитостей на страницах журнала.

1 404 000 охват одного номера

4 471 000 аудитория за полгода

Источник: IPSOS, RTGI – Россия (2024-Q1)

РУБРИКИ

ПРИЯТНОГО АППЕТИТА!
вкусно • полезно • быстро • экономно

САЛАТ СО СВИДЕЛИ, АНГАКАМИ И ФЕТТИ

Море витаминов в одном блюде!

В ПИТАНИЕ НЕЛЬЗЯ ПОДПУСКАТЬ ПРОСТАКУ. В ПИТАНИЕ НЕЛЬЗЯ ПОДПУСКАТЬ ПРОСТАКУ. В ПИТАНИЕ НЕЛЬЗЯ ПОДПУСКАТЬ ПРОСТАКУ.

Чайна-бьюти и поцелуи солнца
7 главных трендов в макияже в канун отпускного сезона

Сезон отпусков — время, когда женщины уделяют особое внимание своему внешнему виду. Мы собрали 7 главных трендов в макияже, которые помогут вам выглядеть великолепно в канун отпускного сезона.

1. Свежий вид
Легкая текстура, естественные оттенки — это то, что нужно для лета.

2. Глазные линии
Тонкие, изящные линии, которые подчеркивают форму глаз.

3. Чистая кожа
Свежий, сияющий тон лица — основа идеального макияжа.

4. Яркие губы
Яркие, насыщенные оттенки губной помады.

5. Длинные ресницы
Длинные, густые ресницы, которые делают взгляд выразительным.

6. Легкая текстура
Легкая, дышащая текстура косметических средств.

7. Естественные оттенки
Естественные, природные оттенки косметики.

МОДА

СТИЛЬ уставшей англичанки
МИКРОТРЕНД, КОТОРЫЙ ТЕБЕ ЗАХОЧЕТСЯ ПОВТОРИТЬ

Трендовая на зиму Лондона. Где местные и-дизайнеры решают, что быть модной — совсем не просто. Мир моды тут же выискивает в зарубежной индустрии.

Сто у декабря и минималистский «французский» олдскул — з в Спринг российской фэшн-индустрии — это «английский», который станет началом сезона: споры о важной информации для образования актуальных вопросов о минимализме в России. Фэшн-индустрия пришла формулировку в авторство — модные тенденции как олдтайм мастеров, так и модных талантов, стремившихся к спортивной утилитарности, как минималистского аскетизма.

«ДЖИНСЫ: ПОТЕРЯТЬ, НО НЕ РВАННЫЕ»
Идеальный вариант для этого образа — джинсы с дырочками в районе колен.

«СУХОЙ ПЛАЩ»
Идеальный вариант для этого образа — плащ с мехом.

«КРИВИТЫ»
Идеальный вариант для этого образа — куртка с мехом.

«УКРЫТИЕ»
Идеальный вариант для этого образа — пальто с мехом.

НАШ ДОСУГ
Всё самое интересное — в обзоре

«Зимний» ФЕСТИВАЛЬ
С 10 декабря в минималистский «французский» олдскул — з в Спринг российской фэшн-индустрии — это «английский», который станет началом сезона: споры о важной информации для образования актуальных вопросов о минимализме в России. Фэшн-индустрия пришла формулировку в авторство — модные тенденции как олдтайм мастеров, так и модных талантов, стремившихся к спортивной утилитарности, как минималистского аскетизма.

Семейные выходные
В третьей части «Иллюстрированной Подготовки» знаменитый мультисериал и комикс-сериал Бруно отправляется на родину — в провинцию. В этот раз Бруно отправляется в путешествие по России. В этот раз Бруно отправляется в путешествие по России. В этот раз Бруно отправляется в путешествие по России.

«Полярный»
Мы в четвертый раз возвращаемся в знаменитый сериал «Полярный». Он уже стал рождением для Виты Мухоморова. Герой Мухоморова — это человек, который страдал от депрессии и алкоголизма. Но жизнь Бруно в этот раз была совсем другой. В этот раз Бруно отправляется в путешествие по России.

«Соперница»
Битва за историю о популярном писателе и драматурге Эрике Эммануэлю Шварце. Героиня истории Каролина Берлин — сильная женщина, которая и Марин Катас дала понять, что не перестала и сама была на оперной сцене и была своей главной соперницей оперной дивы Катас, но ее переломным моментом стала Катас, но ее переломным моментом стала Катас, но ее переломным моментом стала Катас.

ПРИЯТНОГО АППЕТИТА. Оригинальные и проверенные рецепты разных блюд, а также кулинарные секреты от шеф-поваров.

КРАСОТА. Советы по уходу за лицом и телом, модные стрижки, гид по самым популярным бьюти-процедурам, новинки косметических средств.

МОДА. Узнаем о новых трендах, учимся сочетать образы и выбирать стильные решения на все случаи жизни.

РАЗВЛЕЧЕНИЯ/ГИД. Концерты, путешествия, экскурсии. Интересные места, факты и идеи о том, как можно увлекательно провести время.

РУБРИКИ



МОЙ УЮТНЫЙ ДОМ

Особенности
деревянного
стиля
и варианты
формирования
для каждой
комнаты

В стиле кантри

Стиль кантри (или, «деревенский») в интерьере выделит то, что отличает жильца от соседа: это стиль, который у себя дома заимствует элементы деревенской жизни, с которыми до недавнего времени и жили.

Кухня
Дерево – центральный материал отделки, но камень или металл вставит остроту. Поэтому нужно либо покрасить натуральную поверхность в 52 Лиза 42/2024



Важно!
Особая роль отводится **ДЕКОРУ И ТЕКСТИЛУ**. Используются ковчег и бунты, связанные в узел и вазы, часы с расписными циферблатами, любые сувениры из дерева, лозы, янтаря и других природных материалов. Фермерские материалы в дереве и текстиле подпадают под тематику истории и культуры: клетчатые носовые платки, вышитые занавески, домотканые скатерти и покрывала.

Фото: Shutterstock.com, iStock.com, Getty Images

цифры составом, либо выбрать аналогичные с деревянной фактурой: керамогранит, мрамор, ламинат, МДФ, шпон. Тотому лучше отдавать и выбирать нейтральный цвет, без хромированного блеска.

ГОСТИНАЯ
Можно окрасить стены акриловой или масляной краской, например, в белый, бежевый, кремовый, песочный или карамельный тона. Все обстановку располагать в обивочной мебели. Хорошо смотрится в такой гостиной сованты с яркой расцветкой или небольшие шкафы со стеклянными дверцами.

СПАЛЬНЯ
Интерьер спальни в стиле кантри – это естественные тона, натуральные материалы и просторный интерьер. Все в такой комнате настраивают на отдых и связь с природой. Никаких кричащих цветов, пластика, обилия техники. Лучше отказаться от телевизора, а компьютер по возможности вывести в отдельный кабинет. Важно не загромождать спальню мебелью, оставить на обязательном минимуме: кровать, шкаф, система хранения, маленькое



кресло или уголок кресла. Здесь хорошо смотрится стеновая или специально состаренная мебель, комоды на изогнутых ножках, предметы из натуральных дышащих тканей, допони его покрывалом и декоративными подушками, пледом, яркими занавесками. В спальне будут уместны корзинки, деревянные рамы, декор в технике декупаж, бунты, шпалы, нити, а также предметы для кабинета: например, швейная машина.

САУЗЕЛ
В санузле можно вывести на поверхность белый цвет и отделить его



ПРИХОЖАЯ
Для отделки здесь лучше использовать плитку. Фактуру можно выбрать под камень или под дерево, с узором. Часто в прихожей в стиле кантри на пол выкладывают ковер из лозы. Для стен используют краску теплых оттенков: охристую, желтую, иногда – валистичные оттенки: бежевый, под старую медь с темными синими элементами. Мебель выбирают из состаренного или необработанного дерева – это добавляет помещению особый колорит. Хорошо смотрятся замшевые или ременные сумки. Дополнить все это красочными текстильными и декоративными элементами (подойдут в том числе «кумачные» фарфоровые и майоликовые изделия). 42/2024 Лиза 53

ЗВЕЗДЫ. Эксклюзивные подробности из жизни российских и зарубежных знаменитостей из мира шоу-бизнеса, кино, моды и спорта: откровенные интервью, новости, яркие события и вдохновляющие секреты успеха.

ЗДОРОВЬЕ. Актуальные советы по поддержанию здоровья, лучшие диеты, эффективные тренировки, а также последние открытия в мире медицины и рекомендации авторитетных экспертов.

ПСИХОЛОГИЯ. Все об отношениях, дружбе, карьере. Вместе с профессионалами раскрываем секреты семейного счастья, помогаем избавиться от внутренних барьеров и мотивируем к личностному росту.

МОЙ РЕБЕНОК. Секреты воспитания и развития детей разного возраста, рекомендации психологов, педиатров и других профильных специалистов.

ЭКСПЕРТИЗА. Детальный разбор популярных товаров и услуг – от продуктов питания до гаджетов. Помогаем делать осознанный выбор и находить лучшее.

ЗАКОН И ПОРЯДОК. Объясняем простым языком сложные законы, делимся практичными советами опытных юристов и учимся отстаивать свои права.

ПУТЕШЕСТВИЕ МЕЧТЫ. Обзор самых интересных направлений

для отдыха по России и за рубежом. Разбираем, как сделать путешествия яркими, делимся идеями для семейных каникул и незабываемых приключений с друзьями.

ПИТОМЦЫ. Советы по уходу и воспитанию пушистых, пернатых и хвостатых друзей. Лайфхаки для тех, кто хочет сделать жизнь своих питомцев лучше.

АСТРОПРОГНОЗ. Подробные гороскопы по линиям «любовь – финансы – здоровье – карьера» для всех знаков зодиака. Рассказываем легко и увлекательно о влиянии небесных светил на нашу жизнь.



ФАКТЫ О ЖУРНАЛЕ

СЕГОДНЯ «ЛИЗА» — САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ В РОССИИ ЖУРНАЛ ДЛЯ ЖЕНЩИН!

- > Истории о настоящей любви и рассказы читательниц о разных жизненных ситуациях.
- > Аспекты психологии, лайфхаки для успешных отношений.
- > Подробно о здоровье, лучшие диеты и эффективные тренировки.
- > Оригинальные кулинарные рецепты.
- > Увлекательные путешествия по России и зарубежным странам.
- > Необычные идеи для дома.
- > Модный шопинг, секреты красоты.
- > Все о жизни знаменитостей.
- > Консультации экспертов.

Периодичность:
ЕЖЕНЕДЕЛЬНО
Объем:
64+4 ПОЛОСЫ



В Ч Е М Н А Ш А С И Л А

- > Уникальность концепции. «Лиза» – близкая, понятная, доступная, всегда готова помочь и посоветовать.
- > «Лиза» обладает высочайшей степенью доверия и узнаваемостью у читательниц.
- > Высокий охват в России среди еженедельников для женщин – полугодовая аудитория журнала более 4,471 млн. чел. *

ШИРОКАЯ ВОЗРАСТНАЯ АУДИТОРИЯ. В СЕМЬЕ «ЛИЗУ» ЗАЧАСТУЮ ЗНАЮТ И ЧИТАЮТ 3 ПОКОЛЕНИЯ ЖЕНЩИН.

- > Эксклюзивный контент: наши эксперты – профессионалы в своей области (врачи, косметологи, психологи и другие специалисты).
- > Вовлеченность читателей: контент, который мы создаем, – не просто источник информации, а часть жизни (выбираем товары, занимаемся рукоделием, готовим вкусные блюда и не только).

*Источник: IPSOS, RTGI – Россия (2024-Q1)

НАШИ ЧИТАТЕЛЬНИЦЫ



> Наша аудитория – женщины от 25 до 54 лет, замужем, работают, имеют детей, со средним или высоким уровнем доходов. Среди занятых большой процент руководителей и специалистов с высшим образованием.

> Читательницы журнала «Лиза» следят за последними тенденциями моды и красоты. Много путешествуют, любят проводить время с родными и друзьями.



> Наши читательницы следят за здоровьем, занимаются спортом, интересуются вопросами психологии. Любят готовить и создавать уют в доме.



А У Д И Т О Р И Я

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

ПОЛ / ВОЗРАСТ	COVER 000	AFFINITY INDEX	% OF COVER
ЖЕНЩИНЫ	1288	165	91,7
МУЖЧИНЫ	116	19	8.3
ВОЗРАСТ			
ЖЕНЩИНЫ 25–34 ГОДА	203	80	14,5
ЖЕНЩИНЫ 35–44 ГОДА	230	78	16,4
ЖЕНЩИНЫ 45–54 ГОДА	274	122	19,5



48,5%
ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ,
РУКОВОДИТЕЛИ
СРЕДНЕГО ЗВЕНА,
СПЕЦИАЛИСТЫ
С ВЫСШИМ
ОБРАЗОВАНИЕ

66,3%
ЗАМУЖЕМ
ИЛИ НАХОДЯТСЯ
В ОТНОШЕНИЯХ

*Источник: IPSOS, RTGI – Россия (2024-Q1)



А У Д И Т О Р И Я

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АУДИТОРИИ

	COVER 000	AFFINITY INDEX	% OF COVER
СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС			
ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ, РУКОВОДИТЕЛИ	88	185	6,2
РУКОВОДИТЕЛИ СРЕДНЕГО ЗВЕНА	153	110	10,9
СПЕЦИАЛИСТЫ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ	441	140	31,4
СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ			
ЗАМУЖЕМ/ЖЕНАТЫ	725	102	51,6
НЕ ЖЕНАТЫ, НО ЖИВУТ ВМЕСТЕ	207	126	14,7
МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ			
МАТЕРИАЛЬНЫХ ЗАТРУДНЕНИЙ НЕ ИСПЫТЫВАЮТ (ВКЛЮЧАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ И АВТО)	79	142	5,6
ДЕНЕГ ВПОЛНЕ ХВАТАЕТ НА ВСЕ, КРОМЕ НЕДВИЖИМОСТИ	324	198	23,1
ДЕНЕГ ВПОЛНЕ ХВАТАЕТ НА ВСЕ, КРОМЕ ПОКУПКИ НОВОЙ МАШИНЫ	450	86	32,1

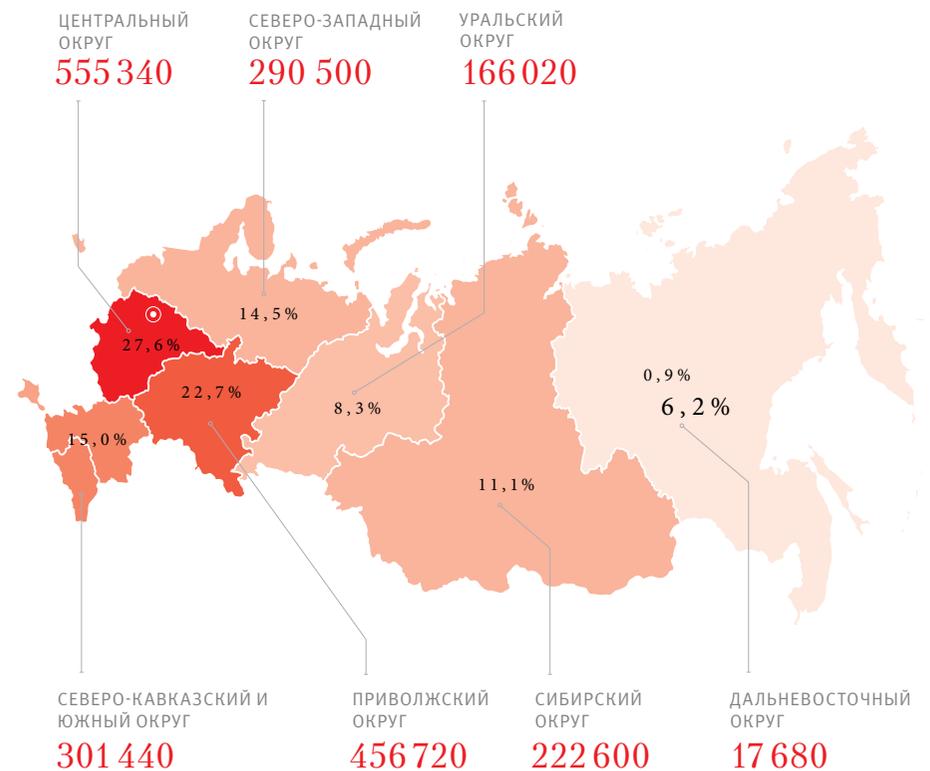
*Источник: IPSOS, RTGI – Россия (2024-Q1)



**ЖУРНАЛ,
КОТОРЫЙ
ЗНАЮТ
И ЛЮБЯТ
ВЕЗДЕ**

РАСПРОСТРАНЕНИЕ

**КАРТА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ
АУДИТОРИИ ОДНОГО
НОМЕРА ПО РОССИИ**



Распределение по округам Российской Федерации

Источник: IPSOS, RTGI – Россия (2021-4)

РАСЦЕНКИ НА РЕКЛАМУ

Размер в долях полосы	Размеры под обрез, (мм)	Стоимость, (РУБ.)*
1/1	205x280 (+5 мм)	1 060 000
2-я обложка	205x280 (+5 мм)	1 221 000
3-я обложка	205x280 (+5 мм)	1 150 000
4-я обложка	205x280 (+5 мм)	1 274 000
Разворот	410x280 (+5 мм)	2 120 000
Первый разворот	410x280 (+5 мм)	2 545 000
Первая рекламная полоса	205x280 (+5 мм)	1 166 000
1/2 горизонтальная	205x137 (+5 мм)	644 000
1/2 вертикальная	97,5x280 (+5 мм)	644 000
1/3 горизонтальная	205x92 (+5 мм)	494 000
1/3 вертикальная	65x280 (+5 мм)	494 000

* – Цены указаны без НДС

Специальная реклама – по запросу.
Наценка за специальное позиционирование (размещение в конкретной рубрике, в первой трети журнала, размещение тизерной рекламы) – **15%**.



СРОКИ

Номер журнала	Бронирование, сдача материалов	В продаже	Номер журнала	Бронирование, сдача материалов	В продаже
02/2025	09.12.25	04.01.25	28/2025	16.06.25	05.07.25
03/2025	16.12.25	11.01.25	29/2025	23.06.25	12.07.25
04/2025	20.12.25	18.01.25	30/2025	30.06.25	19.07.25
05/2025	27.12.25	25.01.25	31/2025	07.07.25	26.07.25
06/2025	13.01.25	01.02.25	32/2025	14.07.25	02.08.25
07/2025	20.01.25	08.02.25	33/2025	21.07.25	09.08.25
08/2025	27.01.25	15.02.25	34/2025	28.07.25	16.08.25
09/2025	03.02.25	22.02.25	35/2025	04.08.25	23.08.25
10/2025	10.02.25	01.03.25	36/2025	11.08.25	30.08.25
11/2025	17.02.25	08.03.25	37/2025	18.08.25	06.09.25
12/2025	25.02.25	15.03.25	38/2025	25.08.25	13.09.25
13/2025	03.03.25	22.03.25	39/2025	01.09.25	20.09.25
14/2025	10.03.25	29.03.25	40/2025	08.09.25	27.09.25
15/2025	17.03.25	05.04.25	41/2025	15.09.25	04.10.25
16/2025	24.03.25	12.04.25	42/2025	22.09.25	11.10.25
17/2025	31.03.25	19.04.25	43/2025	29.09.25	18.10.25
18/2025	07.04.25	26.04.25	44/2025	06.10.25	25.10.25
19/2025	14.04.25	03.05.25	45/2025	13.10.25	01.11.25
20/2025	21.04.25	10.05.25	46/2025	20.10.25	08.11.25
21/2025	28.04.25	17.05.25	47/2025	27.10.25	15.11.25
22/2025	05.05.25	24.05.25	48/2025	01.11.25	22.11.25
23/2025	12.05.25	31.05.25	49/2025	10.11.25	29.11.25
24/2025	19.05.25	07.06.25	50/2025	17.11.25	06.12.25
25/2025	26.05.25	14.06.25	51/2025	24.11.25	13.12.25
26/2025	02.06.25	21.06.25	52/2025	01.12.25	20.12.25
27/2025	09.06.25	28.06.25	01/2026	08.12.25	27.12.25





КОНТАКТЫ:

+7 (495) 797-45-60

*Директор по корпоративным
продажам рекламы*

МАРИЯ КАМЕНСКАЯ

m.kamenskaya@lvls.ru

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ:

НАТАЛЬЯ АВРАМЕНКО

n.avramenko@lvls.ru

ЕЛЕНА ДЕМЕНТЬЕВА

e.dementeva@lvls.ru

СВЕТЛАНА КУЗИНА

s.kuzina@lvls.ru

ОТДЕЛ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

+7 (495) 797-4560 доб. 2211

Руководитель по работе
с диджитал агентствами

ОЛЬГА НОРМАНСКАЯ

o.normanskaya@lvls.ru