



MEDIA KIT 2026

marie claire

Maison

PRINT • WEB • SOCIAL MEDIA • COMMUNITY • EVENTS





ЭКОСИСТЕМА MARIE CLAIRE MAISON

Marie Claire Maison — международный бренд и премиальное гляцевое издание о дизайне, декоре, архитектуре, интерьере и эстетике жизни.

В центре внимания — актуальные тренды в мире дизайна, новинки российских и зарубежных брендов, значимые архитектурные и выставочные проекты, оригинальные интерьерные съемки и герои индустрии.

Платформы:

Журнал	Премиальный интерьерный гляцевый журнал о дизайне, архитектуре и lifestyle.
Сайт	Цифровая платформа о дизайне, декоре, архитектуре, интерьере и визуальной культуре.
Социальные сети	Самостоятельное визуальное пространство бренда: вдохновение, тренды, закулисье, культурная повестка, короткие форматы и редакционные подборки.
Профессиональное сообщество	Профессиональное сообщество Marie Claire Maison для людей, формирующих современную визуальную культуру. Клуб объединяет архитекторов, дизайнеров, представителей интерьерных брендов, девелоперов, коллекционеров и участников культурной среды.

АУДИТОРИЯ БРЕНДА

Профессиональная аудитория:

Архитекторы, дизайнеры интерьеров, декораторы, стилисты, хоумстейджеры, девелоперы, представители интерьерных брендов и специалисты, которые ищут вдохновение, материалы, решения и новые имена для своих проектов.

Премиальная аудитория:

Владельцы недвижимости и люди, вдохновляющиеся дизайном, архитектурой, искусством и эстетикой жизни. Это аудитория, которая планирует ремонт или обновление пространства, следит за трендами и воспринимает дом как продолжение личного стиля.

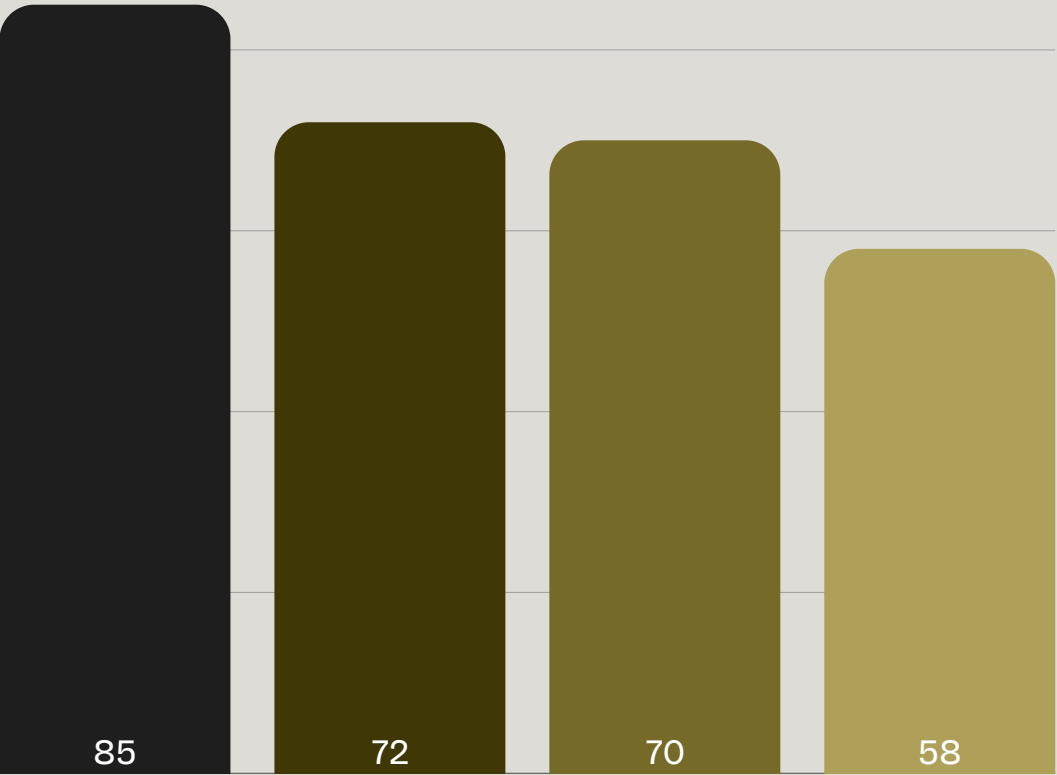
Женщины
80%



Руководители и специалисты
36%

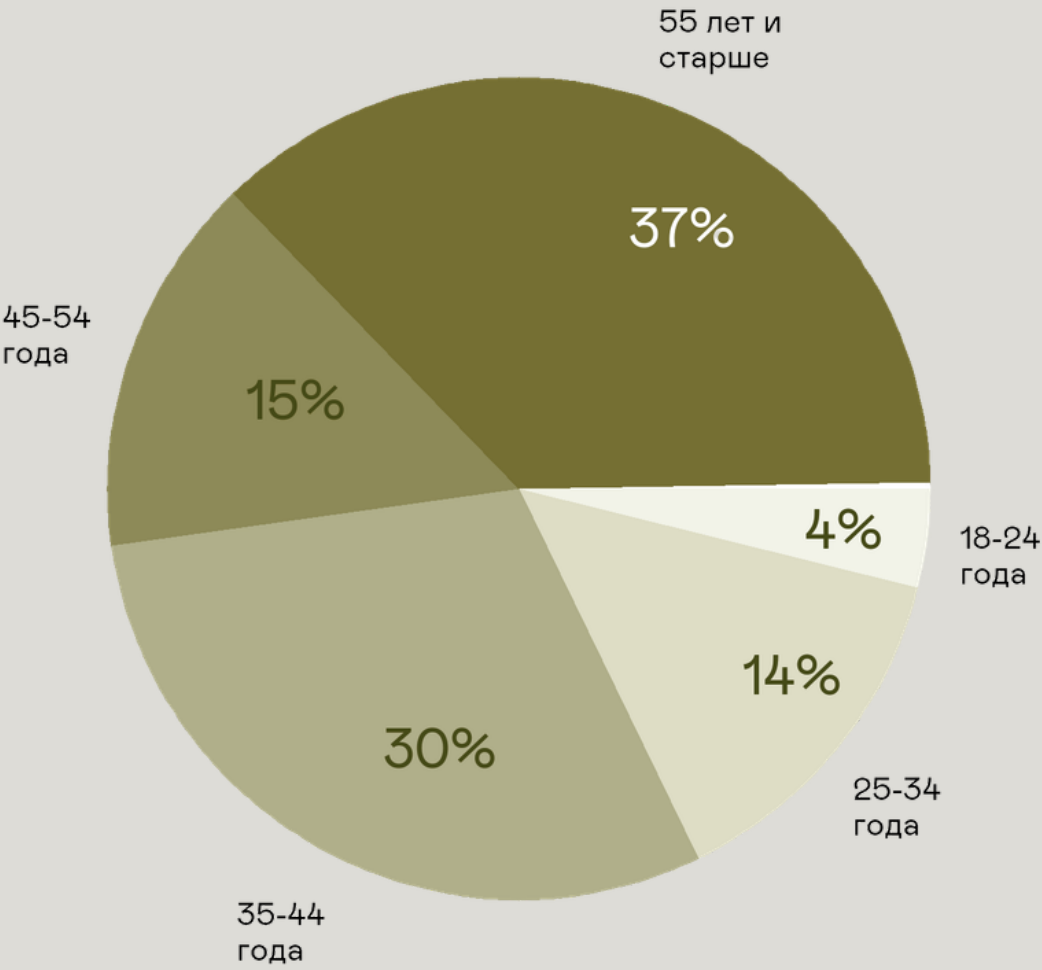
Интересы аудитории:

- Развлечение и досуг
- Обустройство
- Интерьер и дизайн
- Путешествия



Возраст

Ядро: 30-55



КОМАНДА MARIE CLAIRE MAISON



Наталья Шкулева
Корпоративный редакционный
директор тематических и городских
медиа



Анастасия Яншевская
Коммерческий директор



Анна Клопова
Директор кластера ежемесячных
журналов



Павел Суворов
Арт-директор



Елена Кириленко
Главный редактор журнала
Marie Claire Maison



Илья Барковский
Главный редактор сайта
MCMaison.ru

MARIE CLAIRE MAISON



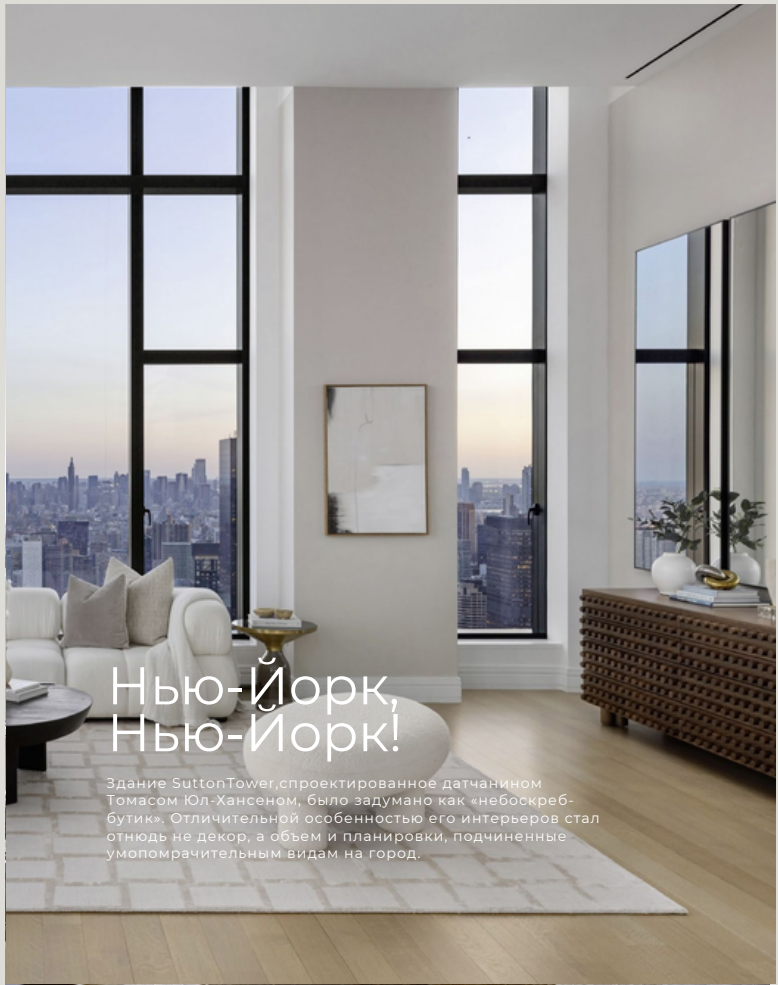
01

Международный бренд



02

Глянцевое издание



03

Эксклюзивные съемки



04

Экспертное мнение



Елена Кириленко Главный редактор журнала Marie Claire Maison

*Выход первого
самостоятельного номера
русской версии Marie Claire
Maison — значимое событие
для команды,
профессионального
сообщества дизайнеров и
архитекторов и медиарынка в
целом.*

Marie Claire Maison вобрал лучшие черты бренда, но при этом получил собственный характер, облик и голос. Он не только наблюдает за трендами, но и определяет их, не просто показывает красивое, но изобретает свой визуальный язык и ведет живой диалог с аудиторией о событиях, тенденциях, проектах и героях индустрии дизайна.

Интерьерный глянец образца 2026 года сам становится предметом роскоши и объектом коллекционирования.

О ЖУРНАЛЕ

Marie Claire Maison — международный бренд и премиальное глянцевое издание о дизайне, декоре, архитектуре, интерьере и эстетике жизни. В центре внимания — актуальные тренды в мире дизайна, новинки российских и зарубежных брендов, значимые архитектурные и выставочные проекты, оригинальные интерьерные съемки и герои индустрии.

ВЕСНА



ЛЕТО



РУБРИКИ:

- Тренды
- Интерьеры
- Интервью
- Стиль жизни

ФОРМАТ ИЗДАНИЯ:

Увеличенный премиальный формат 230x293 мм.

ТИРАЖ:

12 000 экземпляров

БУМАГА:

Тяжелая матовая обложка (250~г/м²) и плотная дизайнерская офсетная бумага внутренних полос (120~г/м²), создающая неповторимое тактильное ощущение каталога по искусству.

ПЕРИОДИЧНОСТЬ:

4 выпуска в год (Весна / Лето / Осень / Зима)

РУБРИКАТОР

ИНТЕРЬЕРЫ



ИНТЕРВЬЮ



Хайме Бериестайн: «Я – наблюдатель и всегда им был»

Испанский дизайнер, основатель Jaime Beriestain Studio, – о своем совершенно не дизайнерском доме, любви к природе, работе в России и стиле как побочном эффекте профессионализма.

[illegible]

Возвращаясь к любимому вопросу о том, для чего человек перестает профессору, скажу, что, по моему мнению, это происходит тогда, когда человек окончательно убежден. Именно это определяет мое отношение к людям, предмету, материалу и атмосфере. Для меня главное – это создание гармоничного пространства, которое достигается за счет говорения, чтения и текста, и в первую очередь – мой личный опыт. Но вообще в моем смысле мой лучший учитель – это вообще профессиональный человек – это же не то, что вы выбираете сами, это проявляется в процессе работы, переживания с коллегой, с собой – это важно.

Для детализации вопроса существует такая ли форма, как сказать: «Вас есть свой метод слабой»?

Универсальной формулы, конечно, не существует, но слово в слово такое: я пытаюсь не существовать, алас о себе. Каждый свой проект я начинаю с того, что отвечаю себе на три главных вопроса: «кто, что, почему» и как в этом пространстве быть живым, открытым, что предлагаю окружающему пространству и как в этом пространстве быть живым. Подобное исследование этих вопросов помогает достичь цели.

а если говорить с практической стороны вопроса, кто были ваши учителя на пути становления в профессии? Начинал я еще в Чили, в родном отцу, в небольшой частной гимназии. Потом перебрался в Барселону, полу-

58 momajon.ru лето 2026

ТРЕНДЫ



ВИНТАЖНОЕ НАСТРОЕНИЕ

Старое место нового – модный термин последних лет, который будет только расти. В высококлассном, пластичном и нестандартно-идеальном мире все больше ценится настоящее: сопоставляя, но в этот момент жизни и индивидуальности, поверхность, мебель и предметы с историей и душой, посуда с характером и бесценные аксессуары с характером и стилем. В интерьере – это не Интерьер, где все новое, – это право феи, ужаленной мухой. Но один современный интерьер высокого уровня несомненно будет выжитка – это могут быть и коллекционные предметы искусства Пьера Жакшера или Марио Баси, люстры Venini или Mazzega, а могут и вазы, но оригинальные стулья и столы из палисандра или мягкой лозы – это модно. Учиться разумный, чтобы не сделать интерьер более сложным, глубоким, наполнить его историей и душой человека.



Всего, да побольше

ЭКСПЕРТ В ОБЛАСТИ ДИЗАЙНА ОЛЬГА КОСЫР
РАССКАЗЫВАЕТ ПРО ПЯТЬ ГЛАВНЫХ ИНТЕРЬЕ-
ТРЕНДОВ ЭТОГО ГОДА. ДА ЗДРАВСТВУЕТ ИЗО-
БРАЖЕНИЕ!

Прошлый год был отмечен серьезной сменой дизайна сектора: взамен господствовавшего с 2020-го года минимализма сердца и умы завоевывает нигуэрный максимализм. Стремление к умиротворенности и естественности в интерьере за пять лет вошло в моду, однообразие, незаметность, а также душа запросила вместо покоев – изобилия, сложности и индивидуальности. Итог – гораздо больше текстиля, цвета, орнамента и в конечном счете – разнообразия. Теперь идеальный интерьер – это комната, заставленная картинами, заставленная мебелью, камины, камины и различные артефакты, задрапированные тканями и покрытые коврами.

КНИЖНОЕ БЕЗУМИЕ

Богатство книжных полок обладает энергией «большое значит больше», которая придает стилю «упорядоченный хаос» (о нем чуть позже), но только все это с суперобложками, красивыми корешками, записанными обрезами и закладками-явсес. Даже скромные книжные полки превращаются из просто мебели для хранения в символ статуса. Почему?

Потому что до все большего числа людей доходит: «то, что читает книга, управляет теми, кто смотрят телевизор». Хорошо укомплектованная и стильно оформленная библиотечная стена теперь свидетельствует о вкусе и часах, проведенных на выборе, поиском и коллекционировании. И не в последнюю очередь — о вашем уровне

И да, к нашему сведению, богатство книжных полков по-прежнему предполагает, что вы стремитесь от времени шуршать страницами. А не просто любите.

СТИЛЬ ЖИЗНИ



Art Basel Hong Kong: как это было

[illegible]

девушка с розой... «Любовисточка»
Если бы не многочисленные описания
техники ее создания (а в нейки и
алюминиевые основы, а нейки из
алюминия, и полиуретановый
слой, и эпоксидная грунтовка,
и гипс, и краска для трафаретной
печати), работа легко могла быть
принята за плакат масс-маркета
или рекламу трехстороннего
финансирования... Сестра же
вышла из состава видения! Главные
краски наклеивали в углах боковых
стекол. Но Физик, как и устрица,
раскрывается смыслами медленно
и неохотно. Зато, как мы знаем,
на примере его «Глины № 4», сто
лет спустя напротив ГЭС-2, он способе
азовывать зрители, спроециро
вав своей работой самые разные
ассоциации.

Зачем же Ларри Гэггону пона
добилось в Гонконге, на азиатском

[illegible]

1. «Раболетство»
Урсул Фишера (2025)
на стене (Sagorin
gallery)
2. Faded Fiction
Кэри Ву (2023)
на стене (Sagorin
gallery)
3. «Белоснежка»
Лю Е (2006) на стене
де Даниэ Райнер

1. «Любовь/истовство»
Урса Фишера (2025)
на стенде Gagosian
gallery
2. Parallel Friction
Карол Бойс (2025)
на стенде Gagosian
gallery
3. «Белоснежка»
Лю Е (2006) на стен-
де David Zwirner

168 mcmaison.ru лето 202

169

КОММЕРЧЕСКАЯ И ИМИДЖЕВАЯ ДИСТРИБУЦИЯ

МАРКЕТПЛЕЙСЫ

Яндекс.Маркет
OZON
Wildberries

РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

Азбука вкуса
Ашан
O’key
Globus
Твой Дом
Павильон Читай Москва
Северная звезда
Гастроном Времена Года
Московский Дом Книги

HORECA & TRAVEL LUXURY:

Отель Рихтер
Отель Enzo
Radisson Завидово
Гольф-клуб Завидово
Гольф-клуб Сколково
Astoria, Санкт-Петербург
Алхимист, Иваново
Aurum Family Resort&SPA
Sartoria Lamberti
Bosco Casa
РЕсторан LEO

BEAUTY & SPACES:

Aldo Coppola
Белый Сад
Make up Cultura
Bellefontain
It girls
Пространство “Место быть”
Бани “Соловьи”
Бани “Дюжина”

DIGITAL-КОПИИ:

Специальная закрытая PDF-версия для постоянных подписчиков и корпоративных клиентов.

ПРОФИЛЬНЫЕ ТОЧКИ:

Шоурум Hamesha
Офисы продаж компании застройщика Legenda, Москва и Санкт-Петербург

РЕКЛАМНЫЕ И СПЕЦПРОКТЫ

Мы предлагаем брендам не просто прямую рекламу, а создание совместных арт-объектов на страницах журнала:

Нативные съемки и Тематические интеграции:

Коллаборации с привлечением звездных мировых и российских архитекторов и топ-дизайнеров.

Спецпозиции:

Развороты в первом блоке журнала, эксклюзивные вкладки на дизайнерской бумаге, наклейки на обложку и спонсорство ключевых рубрик.

СТИЛЬ ЖИЗНИ

В джунгли зовут

ОСНОВАТЕЛЬ БРЕНДА НАМЕСНАХЕСТ БЕРТЕЛС – О СИЛЛО СТРОВА ЯВА, ЭНЕРГИИ ВУЛКАНОВ В ИНТЕРЬЕРЕ И ЛИЧНОМ МОСТЕ МЕЖДУ ИНДОНЕЗИЕЙ И РОССИЕЙ.



О ПРОИЗВОДСТВЕ В ИНДОНЕЗИИ

Я мог бы сказать, что мы выбрали Индонезию из-за логистики и налогов, но это будет неправдой. Остров Ява – это место, где дерево понимает тепло вулкана, а руки мастеров до сих пор работают так же, как и сто лет назад. Я приехал туда не за дешевой рабочей силой, а за техникой, которую не найти в учебниках. За отношением к материалу, которое в Европе почти исчезло. Индонезия движется: в ней есть энергия, амбиции, желание делать крутые вещи. Это про сочетание древнего ремесла и современной дерзости. Мы не выбирали страну: мы выбрали людей и их культуру.

О СВЯЗЯХ С РОССИЕЙ

В 2013 году я прилетел в Москву, чтобы просто посмотреть, есть ли

здесь место для таких, как мы. Тогда я еще не знал ответа. А в 2016 году я сделал ресторан Sempre – это был абсолютный эксперимент, полное погружение: дизайн, атмосфера, даже то, как свет падает на стол. Он работает до сих пор – и стал моим вторым домом. Россия для меня – это не просто рынок, а страна, где люди чувствуют материал, где пространство имеет значение, где есть запрос на настоящий дизайн, а не на копии европейских образцов. Мой личный мост между Индонезией и Россией – семья, моя жена и дочь имеют российское гражданство. Поэтому открытие шоу-рума в Москве этим летом – часть моей жизни.

О ПУТИ ПРОДУКТА

Мы всегда начинаем с материала. Кусок тика, камень, лист стекла –



они сами подсказывают форму. Далее – наша мастерская на Яве, где под одной крышей работают столеры, стеклодувы, керамисты. Мы делаем все сами: от прототипа до финишной обработки. После подтверждения заказа запускается процесс: материал, изготовление, контроль качества, упаковка. Тот, кто придумал стол, участвует и в его сборке. Это единственный способ гарантировать качество от начала и до конца.



1. Бутлик-степь Raptoris Escape, Микнос

2. Кресло «Фред» из тропической дивессимы меранти

3. Светильник «Э» для мягкого рассеянного света из ротанга и ивовых прутьев

4. Интерьер московского ресторана Sempre на Большой Дмитровке

5. Курорт 1 Hotel Hanalei Bay, Гавайи

О КРЕДО И ЦЕННОСТЯХ

Мы не верим в дизайн ради дизайна, мы верим в правильно сделанную вещь. Ремесло важнее индустрии, а смысл важнее декора. То, что будет с нами через 20 лет, важнее того, что модно сейчас. Я люблю ваби-саби: не как термин, а как отношение к жизни. Когда трещина не брак, а история камня, когда потертость – это память о руке мастера. Мы не создаем вещи для одного сезона, а делаем то, что останется на годы.

О КОМАНДЕ МАСТЕРОВ НАМЕСНА

Наша мастерская находится у подножия вулкана Мерапи. Это не просто география – это ежедневное напоминание, что природа сильнее нас и мы должны работать с уважением к ней. Наши мастера не заканчивали престижные школы, они выросли в ремесле, многие из семей, где знания и техника передавались через поколения. Я смотрю не на дипломы, а на руки: чувствуют ли они материал, стабильны ли в работе, хотят ли развиваться.

О ПЛАНАХ НА ЛЕТО 2026

Готовим к выпуску новые коллекции стекла, керамики, металла и текстиля для декора и уюта. Не «еще один такой же», а настоящие, экспериментальные вещи.

О ЗНАКОВЫХ ПРОЕКТАХ

Ресторан Sempre в Москве – мое первое детище в России. Raptoris Escape на Микносе – проект, где мы смогли вписать дизайн в драматический ландшафт греческого острова. Dusit Thani в Сингапуре, Feuer Bar в австрийских Альпах, ресторан Tanuki в Майами. В 2026 году добавится новый ресторан в Париже. Во всех этих проектах один принцип: мы делаем все сами – от идеи до монтажа. Это единственный способ гарантировать качество и характер.

166

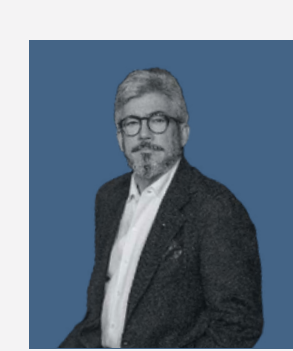
mcmaison.ru лето 2026

урбандизайн

Все выше и выше

Борис Левянт – о трендах урбанистики, изменении архитектурного ландшафта Москвы и будущем общественных пространств.





Одна из важных тенденций в архитектуре и дизайне последнего времени – это попытка уйти от типового строительства. Даже возводимые по реновации здания – все разные. Это очень хорошо и правильно. Существенно изменилась и сама градостроительная парадигма, отношение к городскому пространству. Любимый город – это живой организм, который развивается по своим законам и должен меняться. Практика показывает, что попытка его законсервировать и «утоптать» в правила генерального плана ни к чему хорошему не приводит. Дело не в сносе или перестройке конкретных зданий, а в смене самого подхода к градостроительству. Сегодня генеральный план как документ, на основе которого все реализуется, уходит в прошлое. Ему на смену приходит более гибкая и адаптивная концепция развития города, способная реагировать на постоянно изменяющиеся экономические, политические и другие факторы. Ощущаются изменения подходов и принципов, позволяющие городу развиваться более органично, и это хорошо как для новых, так и для старых зданий. Так сравнительно неожиданно в последние пять лет, после частичной реализации «Москва-Сити», Москва начала расти вверх. Что вполне понятно по экономическим причинам. Концентрация человеческой активности ближе к старому городу, метро и транспортным узлам повышает стоимость земли. Чтобы девелоперский проект сохранял эффективность, начинает увеличиваться высотность зданий. В итоге быстро начала меняться плотность городской застройки.

Конечно, это связано в том числе и с развитием транспортной инфраструктуры. Появляются новые кольца метро, диаметры, хорды и диагонали дорог. Все это приводит к определенной децентрализации, возникают новые улицы и районы городской активности. Раньше мы называли эти территории «серым поясом» Москвы – бывшие промышленные зоны 1920–1950-х годов. Теперь именно здесь внедрение высотного строительства кажется оправданным решением. Москва имеет довольно занятую геологическую структуру – знаменитые семь холмов и перепады рельефа позволяют создавать точки высотной застройки, которые не разрушают архитектурную ткань города. В этом смысле курс на децентрализацию столицы выглядит логичным и позитивным: понятно

66

mcmaison.ru весна 2026

EDITORIAL CALENDER 2026

Выпуск	Тема номера	AD Close date	On-sale date
Весна Март 2026	Урбандизайн	23 февраля 2026	20марта 2026
Лето Май 2026	Пора на воздух	15 апреля 2026	22 мая 2026
Осень Сентябрь 2026	THE ART	15 августа2026	18 сентября 2026
Зима Декабрь 2026	Coming soon ...	15 октября 2026	20 ноября 2026

PRINT AD RATES



Основные опции

1/1 полоса

Разворот

Внутренняя задняя обложка

Разворот между спец позициями

Второй разворот

Третий разворот

Четвертый разворот

Полоса First Block

Цена (₽)

470 000

810 000

550 000

920 000

1 125 000

1 050 000

1 000 000

580 000

Специальные позиции

Первый разворот

Последний разворот

4-я обложка

Наклейка на обложку

1 400 000

920 000

1 300 000

+50%

Пакетные предложения

4 выпуска

2 выпуска

Print + Digital

Скидка 15% на весь пакет

Скидка 10% на весь пакет

Скидка 20% на комплексное размещение

ПО ВОПРОСАМ СОТРУДНИЧЕСТВА



Анастасия Яншевская
Коммерческий директор
гляневых изданий

anastasiya.yanshevskaya@shkulev.ru

+7 (906) 772-29-24