



YOROKOBU

TAKE A WALK ON THE SLOW SIDE

**Content, creativity
and good ideas**



**Yorokobu's journalism
is based on inspiration,
innovative ideas,
entrepreneurship and
people who are
creative and unusual.**

It's a magazine on both paper and a digital support, with reflections about that essential life beyond mere 'breaking news'

THE MAGAZINE

On paper:

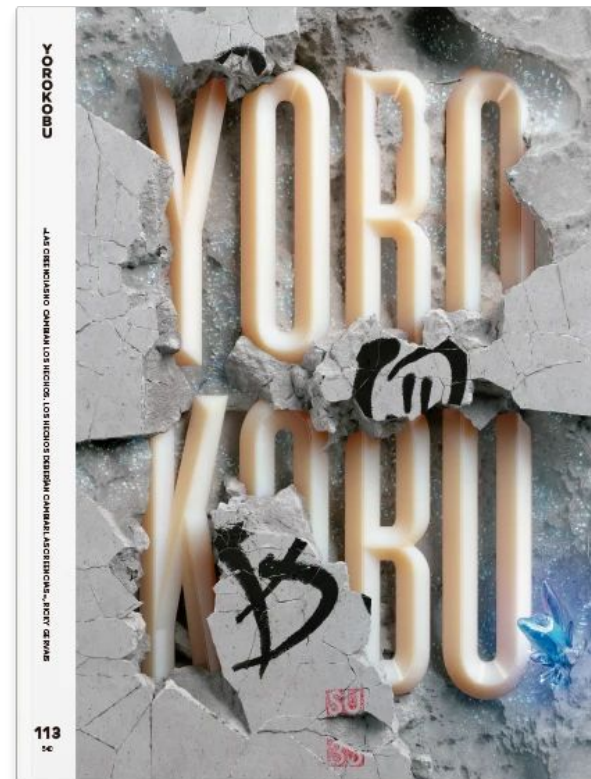
Print run of:

- **10,000** copies
- **100** coworkings
- **IKEA AND ROOM MATE**

Online delivery, of the last Yorokobu issue in:

- **4,500** subscriptions, agencies and brands.

It can be found at the most special events involving **design, creativity, art and culture.**



Online:

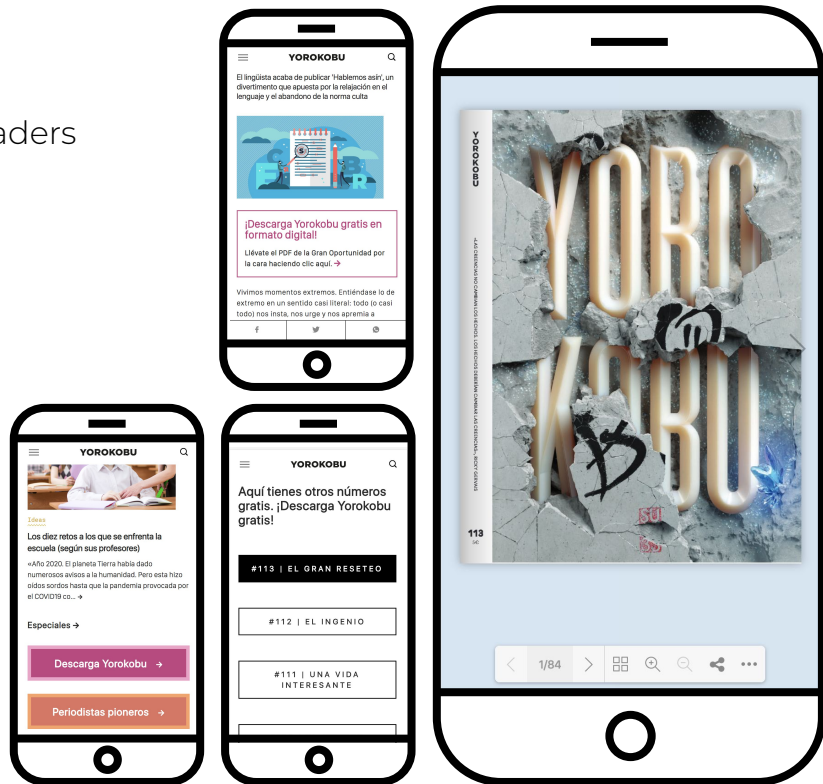
Yorokobu has been available free online to allow our readers and followers to read it from any device, anywhere and anytime.

We communicate this action on social media.

Since March we have already published 4 issues online and this is the data:

+ 30,000 views per issue

[See digital magazine](#)





Subscriptions

Yorokobu fans that expect their issue every month.



Partners

Yorokobu's new distribution.



Schools

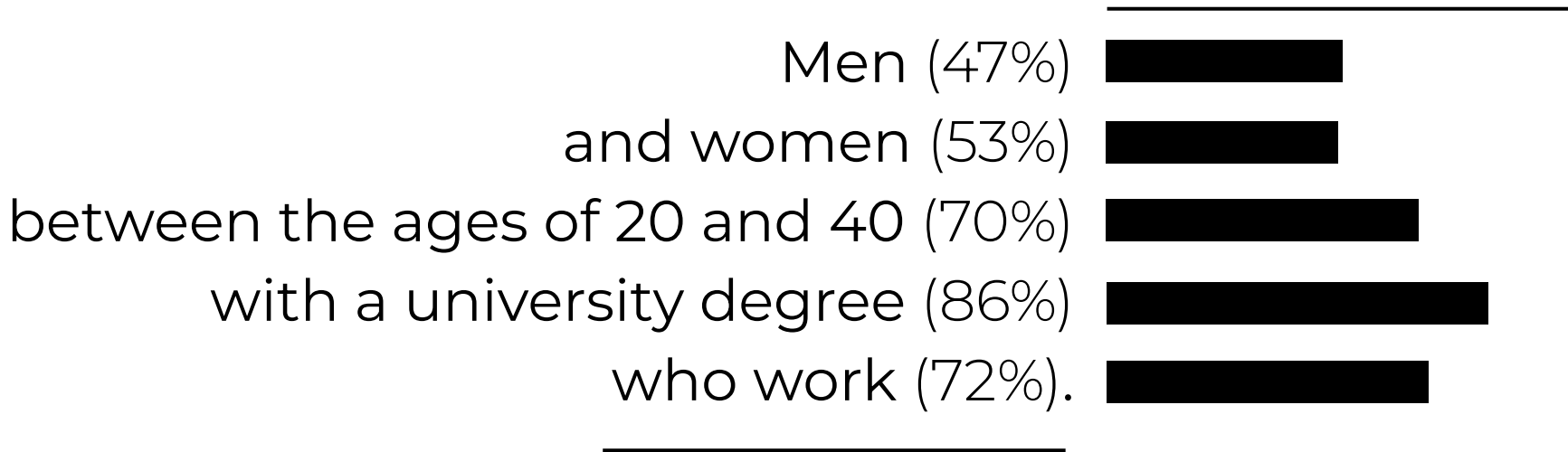


Coworkings



Events







DIGITAL COMMUNITY

+ 2,500,000 millions users at yorokobu.es in 2023

+ 4,800,000 page views in 2023

+ 2,000,000 people on social networks

f 975K

▶ 537K

📷 275K

🎵 274K

X 113K

+ 70% see us on their mobile phone





OUR AUDIENCE

Curious minds who are **culture consumers** (cinema, series, theatre, exhibitions...), **travel, products and experience consumers** and **videogames players** among many other things.

We are content generators

**We don't produce isolated
advertising or content.**

*Instead, we create
custom strategies*

*where we manage the whole value chain, from
production to distribution through our channels.*



Yorokobu is a creative platform that helps amplify what the brands are doing so as to become the ones that users prefer –and all this through generating value-added content.



**MULTIPLATFORM STRATEGY AND
BRANDED CONTENT**

We design global strategies Native and transmedia content



We do articles and features



We design infographics and graphic pieces



We shoot videos and produce cartoons



We design campaigns with creative influencers



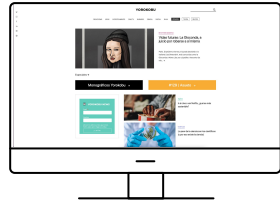
We provide creative experiences:
workshops, talks, special formats on paper



We're always storytelling

YOROKOBU is a transmedia medium

*Data from August 2022



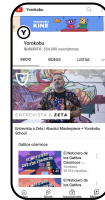
YOROKOBU WEB
 208K unique users each month
 400K pages seen each month
 The place to be right up-to-date.
[See website](#)



YOROKOBU MAGAZINE
 Craftsmanship quality each month to reflect upon the big subjects of our time.
 10,000 copies per month
 +30,000 views per month
[See shop](#)



FACEBOOK
 975K followers
 1,5 M impressions per month
 Centered around distributing our stories and videos.
[See facebook](#)



YOUTUBE
 537K subscribers
 2,8 M views per video
[See channel](#)



INSTAGRAM
 275K followers
 1 M monthly reach
 150K interactions per month
 Centered around showing the leading creators.
[See instagram](#)



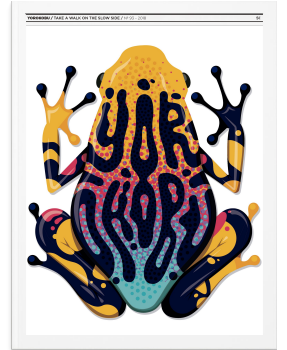
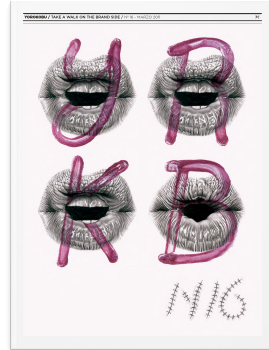
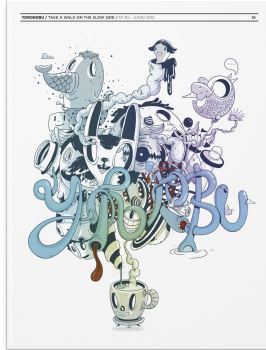
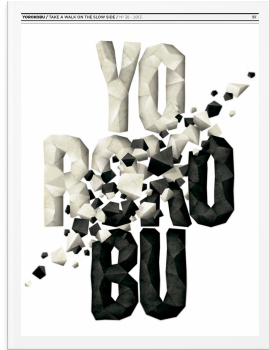
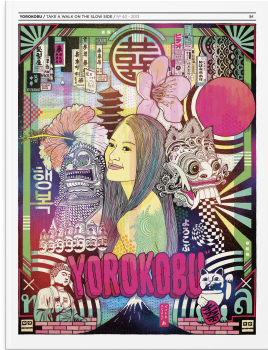
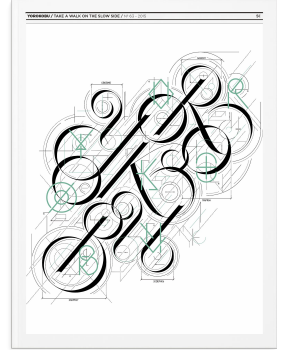
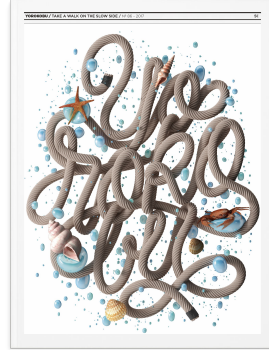
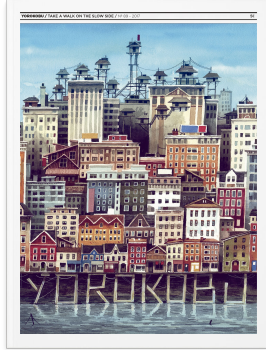
TIKTOK
 274K followers
 Booktoks, tutorials and curiosities
[See tiktok](#)



TWITTER
 113K followers
 1 M monthly reach
 Short form content
[See twitter](#)



THE MAGAZINE

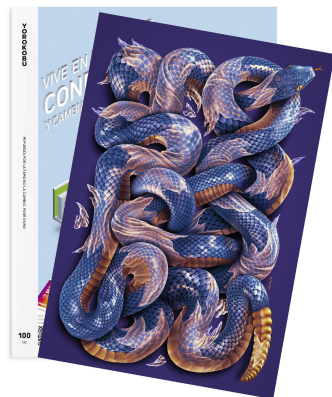


Easy to collect starting at number 100

PASO 1



PASO 2

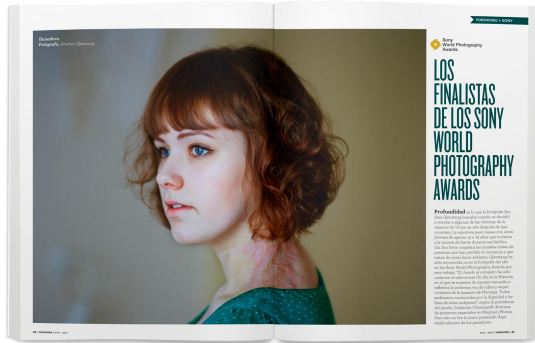


PASO 3



PASO 4







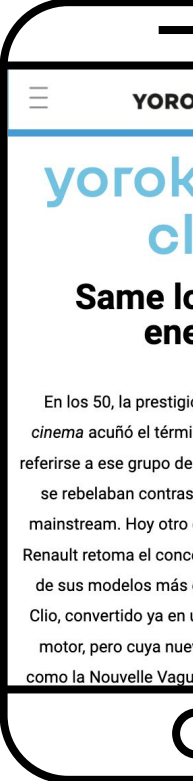
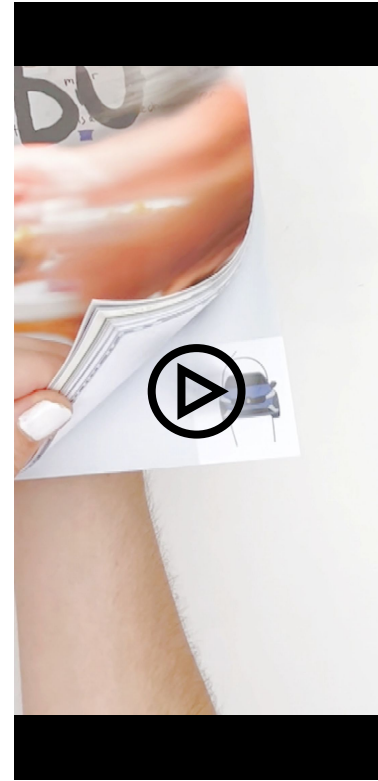
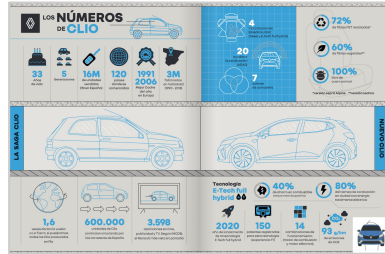
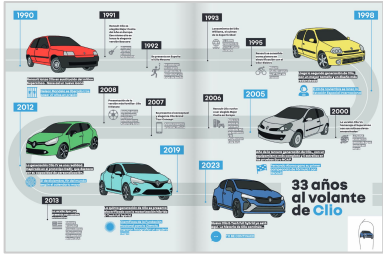
PROJECTS

Clio

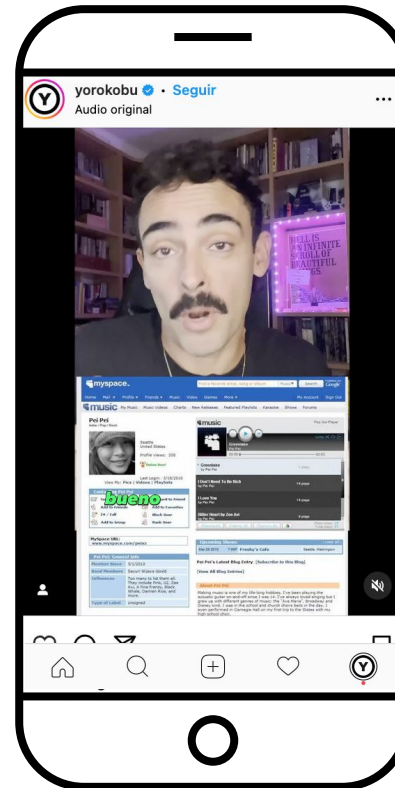
Monographic notebooks

See Clio page

same love, new energy



Watch video







Leer post patro

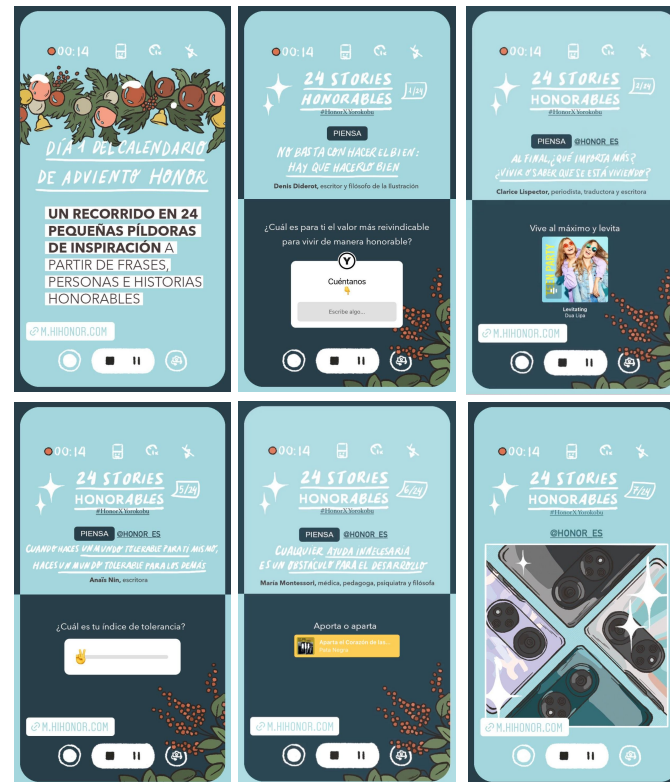
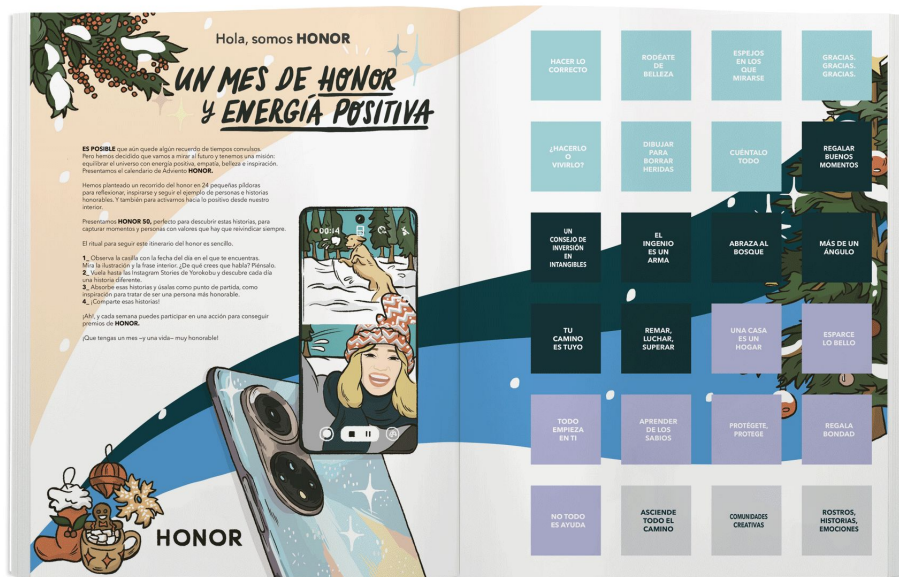




Ver completo aquí

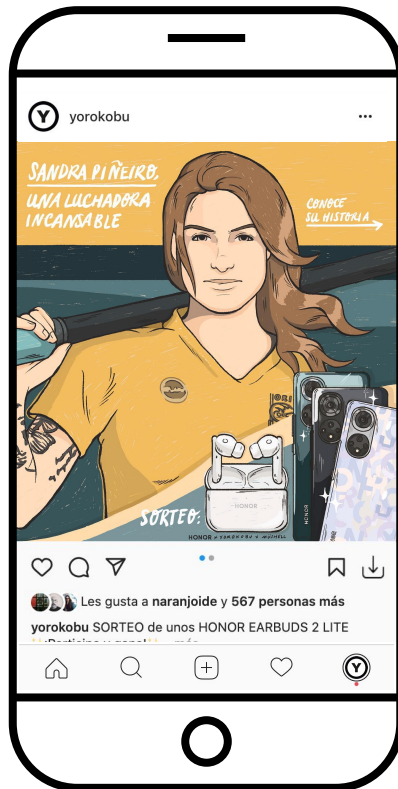


Calendario de adviento Honorable





[Ver aquí](#)



[Ver aquí](#)



[Ver aquí](#)



[Ver aquí](#)



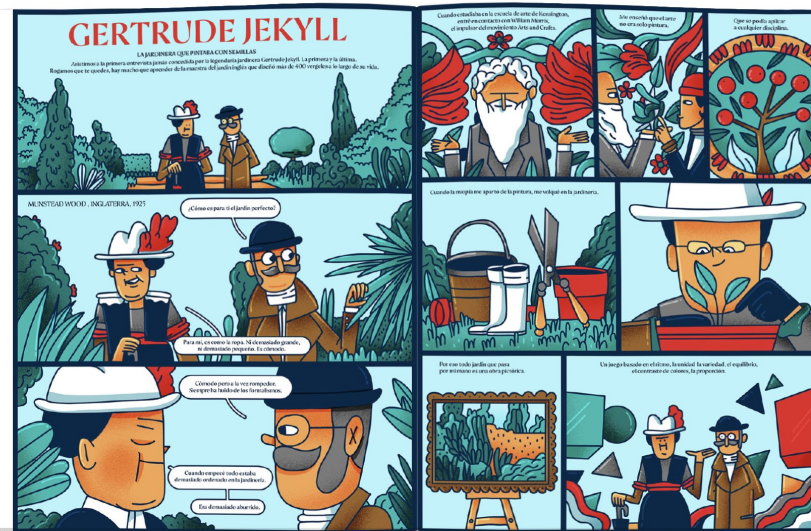
Comic (Bombay Sapphire)

[See the complete comic](#)

Articles:

[Gertrude Jekyll, the woman who changed Impressionism into a way of planting flowers](#)

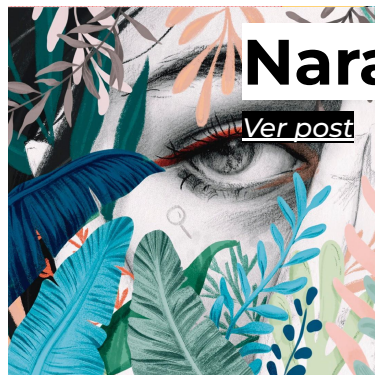
[The English countryside in a sip of gin](#)



The english countryside

[Read here](#)





Naranjalidad



Ilya Milstein



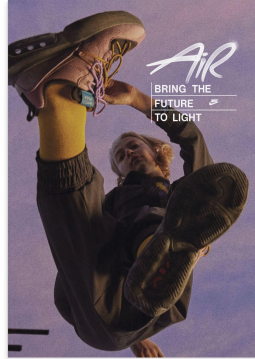
Arantxa Recio



Yes Seoingi

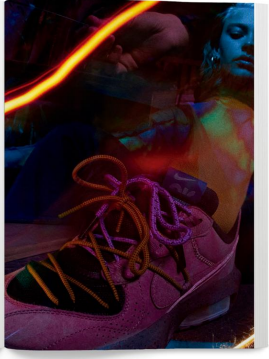
Fanzine Nike Air

Read fanzine



— La generación Z adora las Nike. Por noventa años consecutivos, el estudio de la consultora estadounidense Piper Jeffrey (realizado entre 9.500 encuestados con una media de edad de 16,8 años) ha destacado a Nike como la marca preferida de los adolescentes. Es una constante que se repite a lo largo de los años, de las décadas. Si se ausentan los envases, por las Nike no. ¿Por qué? Su última colección es un buen ejemplo. Se mantiene fiel a su espíritu, pero se expresa con una nueva voz, más joven, más dinámica, más creativa e irreverente. Las nuevas zapatillas Nike se proyectan desde una nueva perspectiva. La innovación, a través de la experimentación y el descubrimiento, es la base de estas nuevas zapatillas. Entrocanca con su pasado, pero dan pasos hacia el futuro. Una nueva generación de creativos ha legado. Y está definiendo el paso.

— Productora, profesora, creadora y estratega, Clara Farió es una de ellas. Resume su motivación con un eslogan: «I like to make things happen». Estas things bien pueden ser unos editoriales de moda como una campaña para una marca. Compaginó encargos con trabajos más personales, como sus fotografías de Barcelona, que retratan una ciudad evocadora, rica en detalles y no necesariamente bonita. La Barcelona que se encuentra más allá de la postal. Farió ha llevado a cabo diferentes campañas para Nike, haciendo realidad ideas bastante locas. Aquí entrevista a Cami Albert y Lletí Sóna.




LLETÍ SÓNÀ

— Lletí Sónà habla que que curules, pero no así. — ¿Qué es lo que te inspira en el momento? — En el momento que me estoy haciendo un café. — ¿Qué es lo que te inspira en el momento? — En el momento que me estoy haciendo un café. — ¿Qué es lo que te inspira en el momento? — En el momento que me estoy haciendo un café.



CAMI ALBERT

— Cami Albert se refiere a algo que no dice y que no dice nada más. — ¿Qué es lo que te inspira en el momento? — En el momento que me estoy haciendo un café. — ¿Qué es lo que te inspira en el momento? — En el momento que me estoy haciendo un café.



NIKE AIR MAX VIVA

— Nike Air Max Viva es una zapatilla que se inspira en el momento que me estoy haciendo un café. — ¿Qué es lo que te inspira en el momento? — En el momento que me estoy haciendo un café.

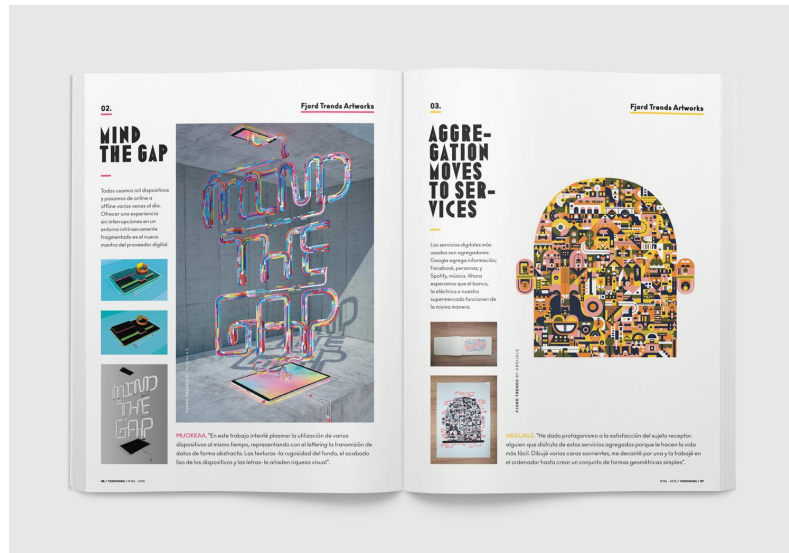


NIKE AIR VAPORMAX EVO

— Nike Air VaporMax EVO es una zapatilla que se inspira en el momento que me estoy haciendo un café. — ¿Qué es lo que te inspira en el momento? — En el momento que me estoy haciendo un café.

Monographic notebooks (Fjord)

FJORD explores how the impact of digital technology is going to shape consumer expectations and the design of services in coming months. The results are published in an Annual Report on Trends. The 2015 edition highlighted nine such emerging tendencies. To make them known, FJORD and Yorokobu invited nine illustrators –regular contributors to the magazine– to illustrate each one of those trends. The result, those nine illustrations, was published in a special notebook.



Features (Desigual and Alhambra)




Infographic

Bayer

#BayerContigo

BAYER En Bayer, hemos adaptado nuestro trabajo para seguir manteniendo nuestra actividad por su importante contribución a la salud y la alimentación. Además apoyamos la situación local con un plan de medidas que sumaron el millón de euros para ayudar a combatir el COVID-19

CON LA COMUNIDAD CIENTÍFICA



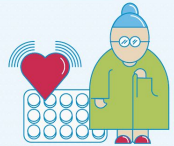
CON LOS CIENTÍFICOS

Colaboramos en la investigación con la comunidad científica y hemos lanzado un microsite en nuestra web bayer.es para poner a disposición de sanitarios y pacientes la información bibliográfica publicada relacionada con COVID-19

CON LAS INSTITUCIONES

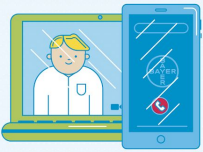
Hemos donado 800.000€ para el Sistema Nacional de Salud para la compra de equipamiento médico y camas articuladas.

CON LA SOCIEDAD



CON LOS VULNERABLES


Contribuimos al proyecto Emergencia del Coronavirus en España, de Cruz Roja. Hemos donado 20.000 euros, para ayudar a los más vulnerables.



CONOCIMIENTO


Parte de nuestro equipo médico se suma al de voluntarios para ayudar en la acción social.

CON LA SALUD Y LA ALIMENTACIÓN




ATENCIÓN

Nuestras plantas y centros de investigación y desarrollo han mantenido su actividad para asegurar el suministro de medicamentos y servicios



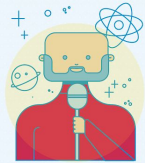
SALUD

Hemos donado 30.000 unidades de producto dermatológico a Cruz Roja, para proteger la piel frente a las posibles alteraciones que pueda sufrir por el uso continuado de EPIs.




AGRICULTURA

Hemos donado de PCR para la lectura de test al Instituto de Hortofruticultura Subtropical y Mediterránea (ISHM) "La Mayora", del CSIC y la Universidad de Málaga (UMA).



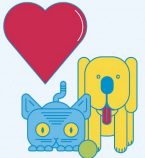
EDUCACIÓN

Junto a Big Van Ciencia y el Parc Científic de Barcelona, hemos creado el programa de monólogos científicos *Cuestión de ciencia: ¿te atreves a desafiar el futuro desde casa?* para apoyar a los profesores en la educación a distancia.



EN LAS REDES

Acompañamos a la sociedad publicando en nuestras redes información de interés sanitario, agroalimentario y para protegernos frente a la COVID-19.



CON LOS ANIMALES

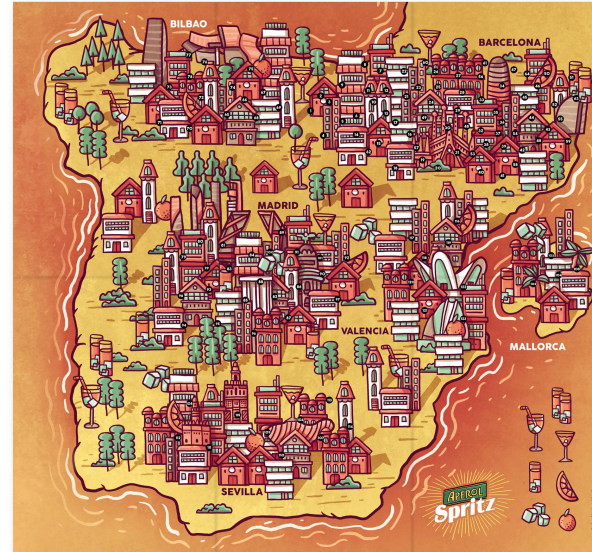
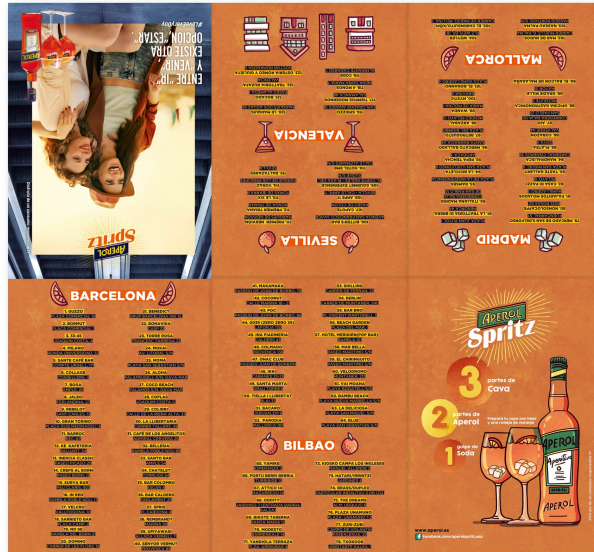
Apoyamos a Dogtor Animal y Fundación Acaavil para que puedan seguir impartiendo las sesiones de terapia con animales de forma online

#BayerContigo

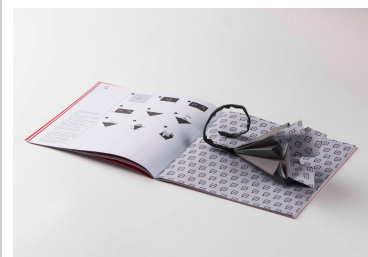
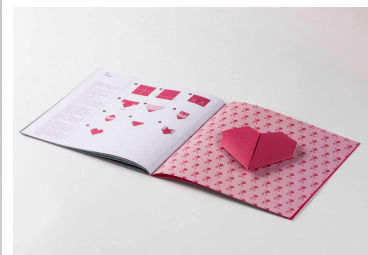
Foldout Aperol Spritz

The firm asked us for a different way of presenting its list of bars so that it would be much simpler to find the establishments serving a Spritz.

The final result is an illustrated guide that includes bars and terraces in six Spanish provinces and the illustrated recipe for the Perfect Serve. The project materialized in paper through a foldout that was distributed with the July 2015 issue of YOROKOBU.



Origami calendar



Japanese Tourism

8 reasons to travel to Tohoku: unknown Japan

Japan changes you: What would you recommend to someone who's about to go?



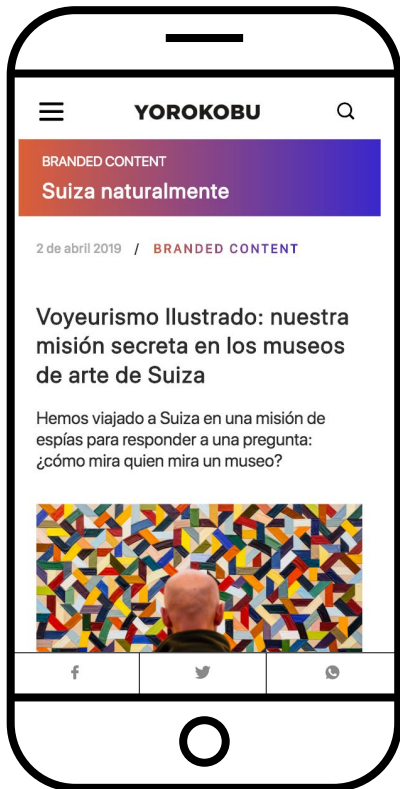
Switzerland naturally

Illustrated voyeurism: our secret mission in Switzerland's art museums

Swiss punctuality takes the shape of a clock in a railway station

Switzerland is not just mountains: it's the country that inspired Einstein, Freddie Mercury and Mary Shelley

La Belle Époque returns each year for a week in Switzerland



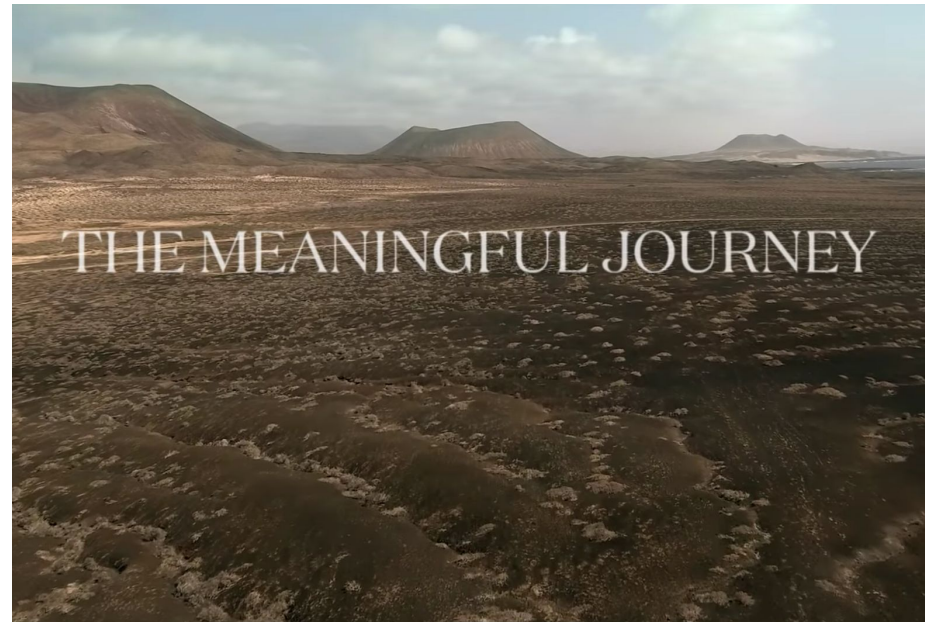
EVO

[See video](#)



eDreams

[See video](#)





Turismo Japón

See post



New Balance

See post



Wombbat

CLAVES PARA **See post**
~~USAR INSTAGRAM~~
 VIVIR DE MANERA
 SOSTENIBLE

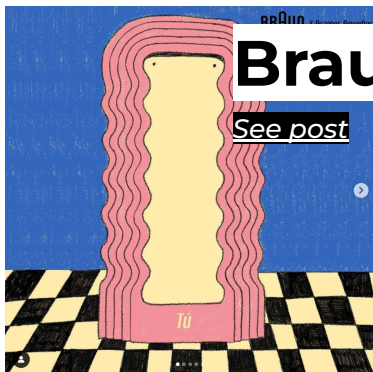
wombbat x lavraárbol



Levi's

¿VAS A TIRAR
See post
 LOS VIEJOS?

MIRA ESTA HISTORIA



Braun

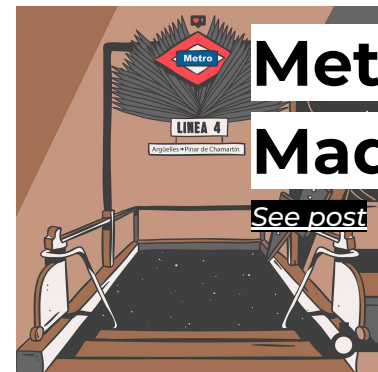
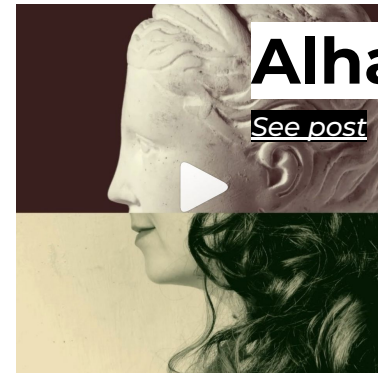
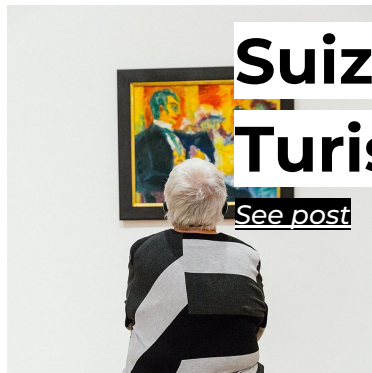
See post



Triodos

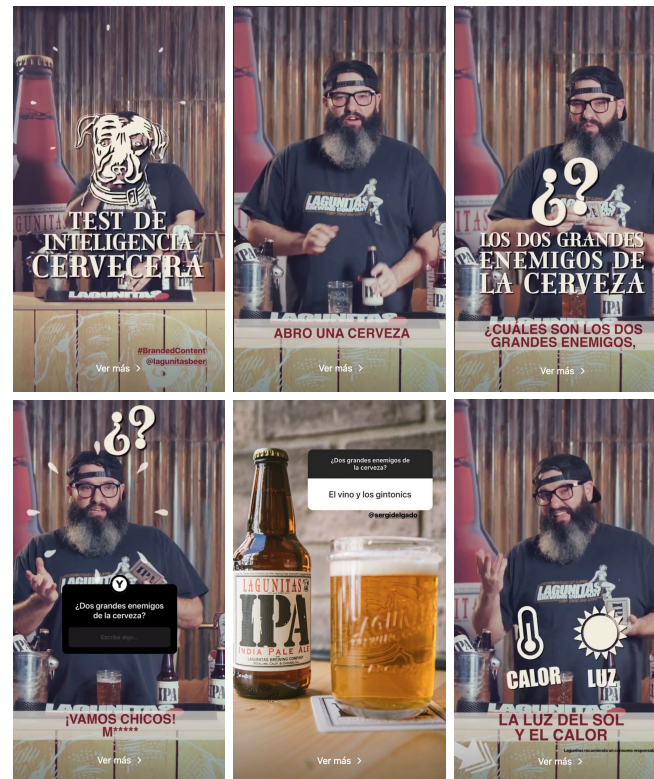
YOGUI VIOLEN...
 ¿SON LÁGRIMA
 ESO QUE HUE... **See post**

NO TODO LO QUE PARECE UN OXÍMORON LO ES.
 BANCA ÉTICA, POR EJEMPLO.

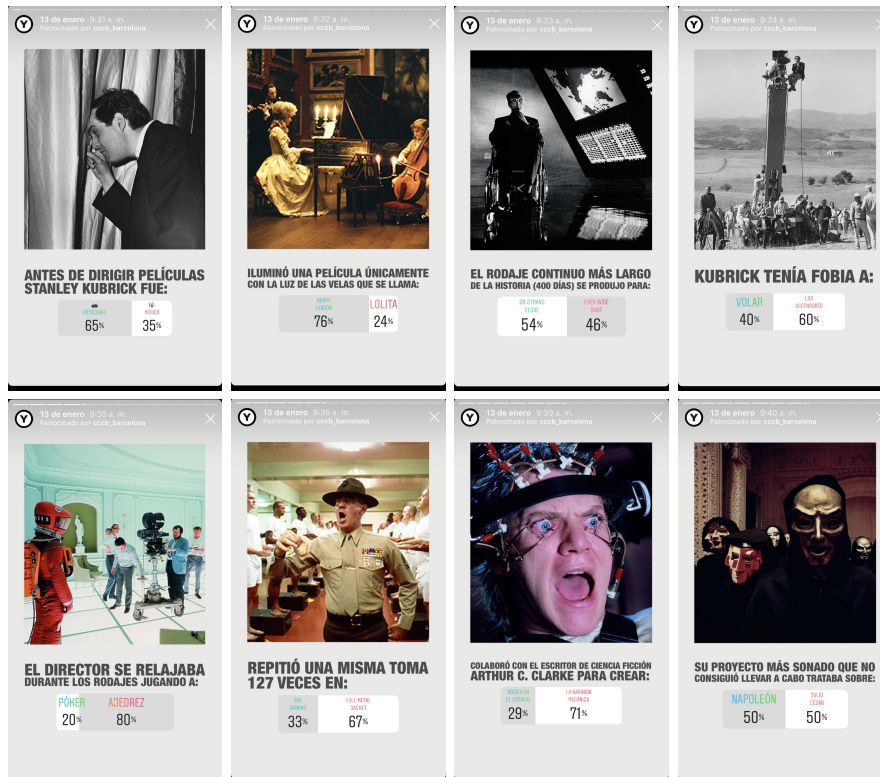


Lagunitas

See highlights



CCCB



Ayudamos a **Metro de Madrid** a construir marca en instagram: **#12historiasdemetro**

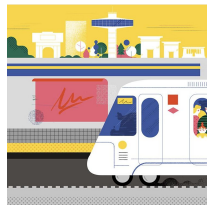
Ilustraciones de cada línea de metro donde el público tiene una misión: encontrar la estación donde está la tarjeta multi de Metro.



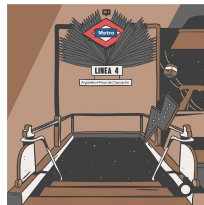
Línea 1



Línea 2



Línea 3



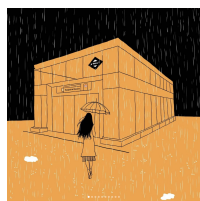
Línea 4



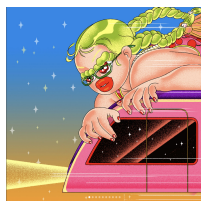
Línea 5



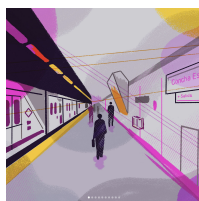
Línea 6



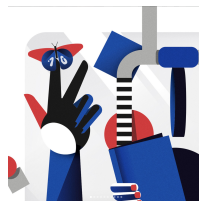
Línea 7



Línea 8



Línea 9



Línea 10



Línea 11



Línea 12



See full
slide

Thyssen



LA VIRGEN CON EL NIÑO
CARLO CRIVELLI, 1482-1483

RETRATO DE UN HOMBRE CON UNA SORTIJA
FRANCESCO DEL COSSA, 1472-1477



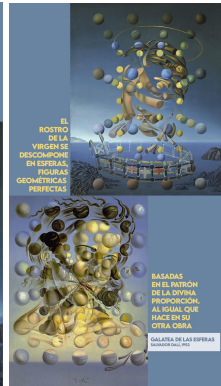
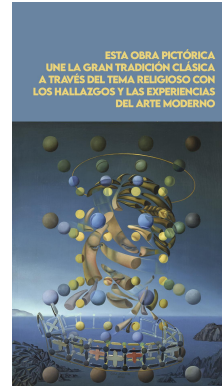
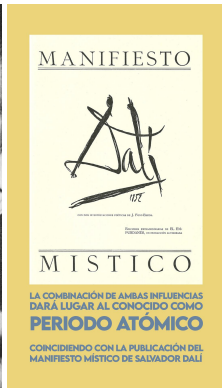
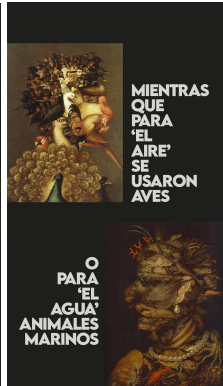
APAREJOS DE CETRERÍA EN UN NICHU
CHRISTOFFEL PIERSON, H. 1640-1670

See full
slide

Hiperreal:

→ El arte del trampantojo con Giuseppe Arcimboldo

→ El arte del trampantojo con Salvador Dalí



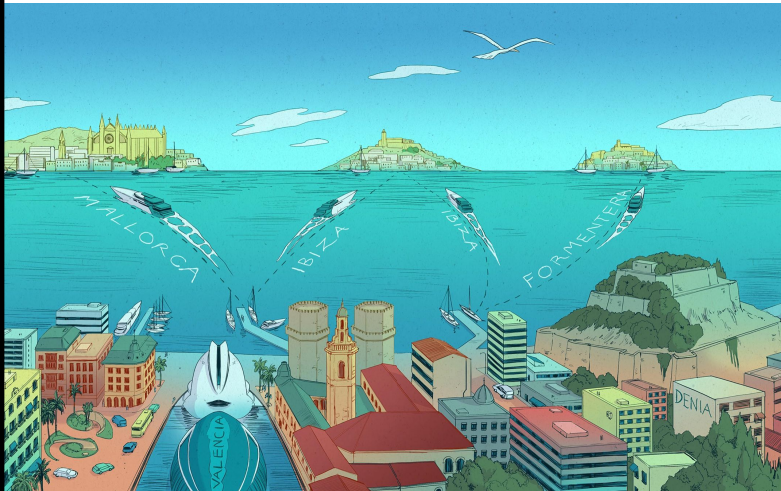
Turismo Madrid

[See full slide](#)



Balearia

[See here](#)





*We work with a great
network of influential
advertising experts
to reach more people of
different kinds.*



ORIGINAL FORMATS

Working with different ad experts, Yorokobu has created very successful original contents that can be sponsored and adapted to your brand.

Mandanga Mondays

Branded Mandanga Mondays

These brands have already published with Mandanga Mondays:



LOOPAS



CORONA



DANONE



LADRÓN DE MANZANAS

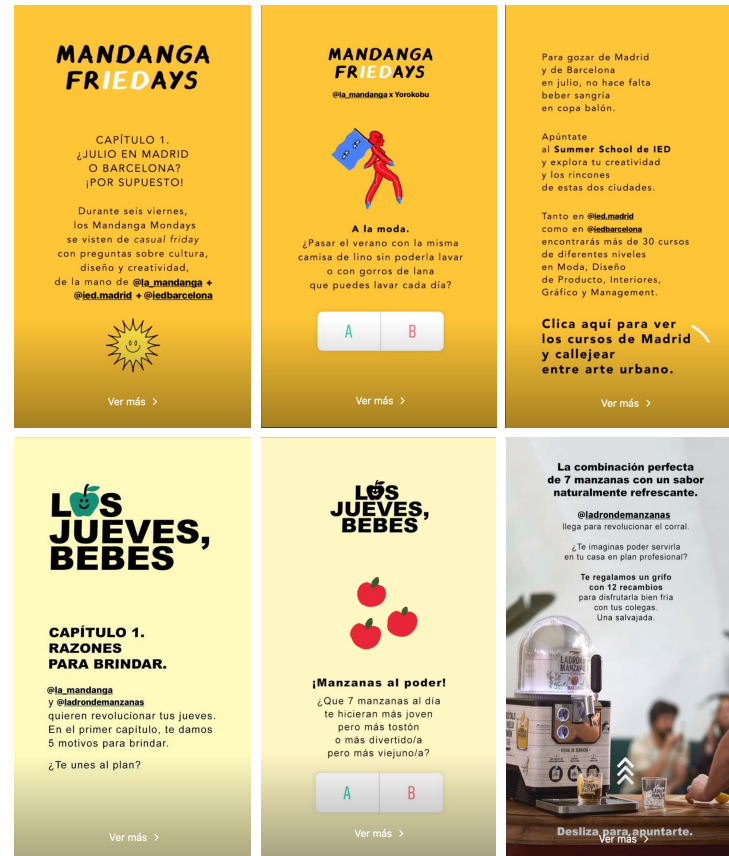


IED



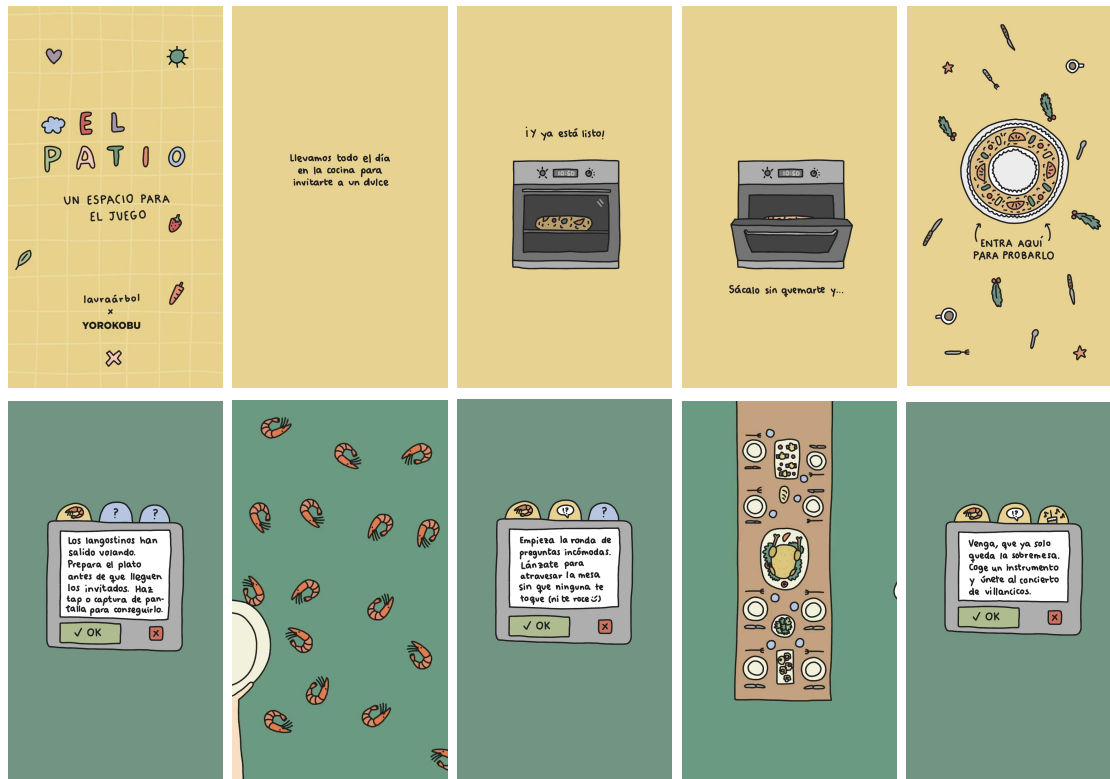
AMBILAMP

See all



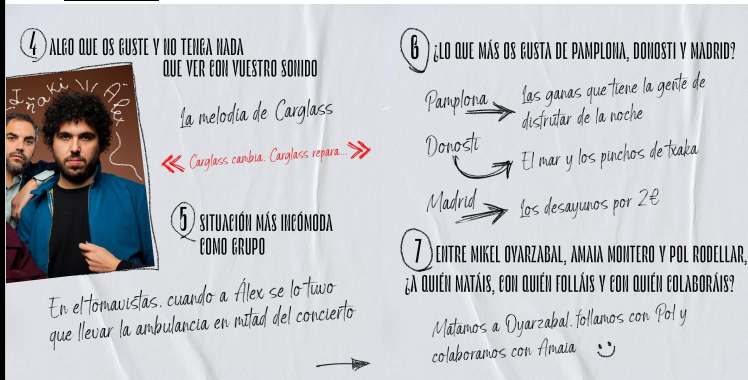
El Patio por Laura Árbol

Ver todo



Disección sonora

[See here](#)



Pesadillas Quillahuaman

Between **100,000 and 1.5 million** video reproductions on Facebook and Instagram

[See videos](#)



Climabar

[Ver todos los vídeos](#)



EXPERIENCES



Content that is
communicated through
chats, workshops and
events.

Illustration workshop with Volkswagen



**DE LA IDEA A LA IMAGEN
WORKSHOP CON JAVIER JAÉN**

⇒YOROKOBU⇒PORTADA⇒VOLKSWAGEN⇒CONTRAPORTADA
←YOROKOBU←PORTADA←VOLKSWAGEN←CONTRAPORTADA

Illustration workshop with Lenovo

More than **395,900** people were reached

More than **10,700** reactions on social networks

Full workshops in **2 hours**

Shared more than **250 times**

More than **6,200** clicks on social networks

More than **400** leads achieved

Nobody was missing: **32 people** in attendance

More than **350** people on the waiting list



Creativity workshop with Ambar IPA



Taller de fanzines con hp Sprout

Realizamos un total de 13 talleres reducidos de 10 personas.
75% para adultos y 25% para niños.

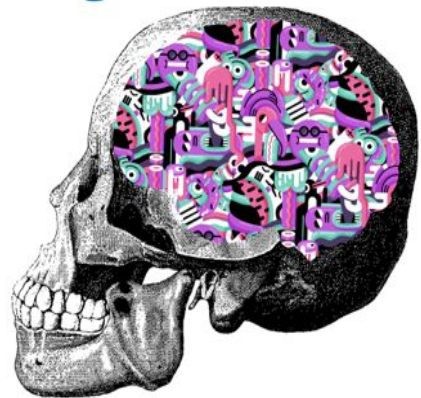


TALLER DE FANZINES

sprout by hp

Con tecnología Intel® RealSense™ intel

CON JUAN DÍAZ-FAES



El Corte Inglés de Callao (Madrid)

VIERNES 19.02.2016 18:00-20:00

SÁBADO 20.02.2016 12:00-14:00 y 18:00-20:00

DOMINGO 21.02.2016

Taller para niños/as 11:00-13:00

APÚNTATE EN DiazFaesHP@yorokobu.es (plazas limitadas)





We have a very broad data base of people interested in design workshops, creativity and innovation.



Some of our clients



VOLKSWAGEN



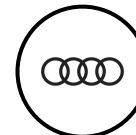
COCA-COLA



DESIGUAL



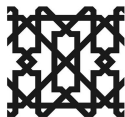
IE



AUDI



IED



CERVEZAS ALHAMBRA



HP



FUNDACIÓN TELEFÓNICA



BULLDOG GIN



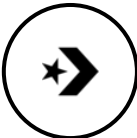
LENOVO



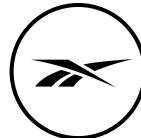
NEW BALANCE



BOMBAY SAPPHIRE



CONVERSE



REEBOK



CORREOS



INSIDE MELIA





RATES

OFFLINE

Formats	Size	Price
Inside page	200 x 264 mm	9,100 €
Back cover	200 x 264 mm	11,600 €
Second cover	200 x 264 mm	10,100 €
Interior of the back cover	200 x 264 mm	9,600 €
Double page	400 x 264 mm	15,100 €
Total look (monograph for brands)	5 páginas + 1 intro 1	17,300 €
Other formats	Consultar	Consultar
Extra charges	Emplazamiento fijo	20%

Periodicity Monthly

Size 200 x 264 mm

Advertising bleed 200 x 264 mm (with 3 mm margin)

Printing Four-color

Paper Offset

Front cover 4/4 inks, couché matt 250g paper + 1 side gloss coated

Reserving space Minimum of 15 days before publication

Cancellations Minimum of 15 days before publication

Turning in material Minimum of 15 days before publication

Printing Offset

Sending ad copy: CD or email with PDF archive of 300 ppp.

Number of issues 10 (We don't appear in August or January)

ONLINE

Format	Size	Price
Header	980x250 px + 300x250 px	12€/CPM*
Double MPU	300x600 px	11€/CPM*
Simple MPU	300x300 px	9€/CPM*
Branded article (web + FB + TW + Newsletter)		2.500 €
Branded article (web + FB + TW + Newsletter) + Instagram Stories		3.000 €
*Charge for exclusivity or a fixed place		20%
Newsletter banner (gif, jpg, flash)	1404 x180px	240 €

Ad server DFP
 Maximum weight 1MB
 Formats PNG, JPG and GIF*
 Tag aceptamos url de impresión de terceros

*We accept HTML5 or Javascript snippets and adServer tags as Doubleclick for Advertisers.
 ONLY IN NEWSLETTER: We accept flash

[See all the specifications](#)

CONTENT CAMPAIGNS

We don't offer individual spaces or formats, all our content proposals are customized proposals.

360° content campaigns start at 5.000 €

Write or call so we can make you a proposal.



THE TEAM



DIRECTOR

Juanjo Moreno
juanjo@yorokobu.es



**GENERAL SUBDIRECTOR
AND STRATEGY DIRECTOR**

Fermín Abella
fermin@yorokobu.es



ART DIRECTOR

Luis B
luisb@yorokobu.es



EDITOR-IN-CHIEF

Gema Lozano
gema@yorokobu.es



EDITORIAL

Mariángeles García
mangeles@yorokobu.es



CREATIVE

Carla Ferrería
carla@yorokobu.es



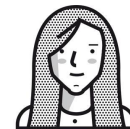
**EDITORIAL
COORDINATOR**

Laura Calvo
laura@yorokobu.es



COMERCIAL MADRID

Silvia Moreno
silvia@yorokobu.es



COMERCIAL MADRID

Marisa Caballero
marisa@yorokobu.es



C/Acebo, 13 - 28016 Madrid
t. 914 157 283

www.yorokobu.es
YOROKOBU PLUS, S.L.