

PRZEPIS NA OGRÓD



Mediakit
2018

Słowo wstępu



PRZEPIS NA OGRÓD jest pierwszym i – jak do tej pory – jedynym na rynku interaktywnym miesięcznikiem ogrodniczym. Ukazuje się od kwietnia 2010 roku.

PRZEPIS NA OGRÓD to czasopismo w całości tworzone przez czytelników i dla czytelników. Tytuł kierujemy do szerokiego grona miłośników ogrodnictwa, aktywnie poszukujących praktycznych porad i chętnie dzielących się własnymi doświadczeniami. W tym wyjątkowym poradniku zdradzamy sprawdzone przez czytelników i wsparte opinią ekspertów sposoby uprawy, pielęgnacji i ochrony roślin. Jednocześnie doradzamy w innych dziedzinach, takich jak zdrowie, kulinaria czy architektura ogrodowa.

Z każdym rokiem nasza rodzina ogrodnicza powiększa się o kolejne interaktywne wydania specjalne, m.in. „Zdrowie z Natury”, „Kwiaty w Domu”, „Cięcie”, „Kalendarz Księżycowy”, „Najpiękniejsze Ogrody Czytelników”, „Ochrona Roślin”. Co roku do wydania styczniowego dołączamy również kalendarz ścienny ilustrowany fotografiami z ogrodów czytelników.

W **PRZEPISIE NA OGRÓD** za każdy opublikowany list płacimy autorowi 75 złotych. Najciekawszy ogród wyróżniamy fotoreportażem, a jego właściciel trafia na okładkę i otrzymuje aż 300 złotych nagrody!

Marta Suta
redaktor naczelna

PRZEPIS NA OGRÓD

Sprzedaż: **64 203** egz.

Czytelnictwo: **197 347**

Profil czytelnika:

22% mężczyzn, **78%** kobiet

Średni wiek: **51** lat

Średnie i wyższe wykształcenie: **68%**

Dochód gospodarstwa domowego powyżej 3 000 zł: **76%**

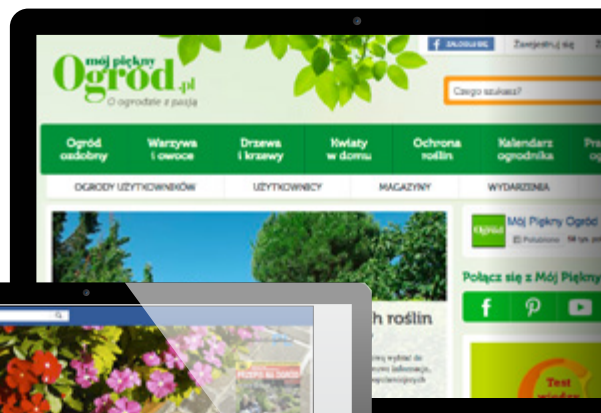
Miejsce zamieszkania – miasta powyżej 50 000 mieszk.: **38%**

PRZEPIS NA OGRÓD

Kanały dystrybucji

mojpieknyogrod.pl

302 608 odsłon
127 424 unikalnych
użytkowników
(1-10.2017)



facebook

47 900 fanów
(stan na 10.2017)

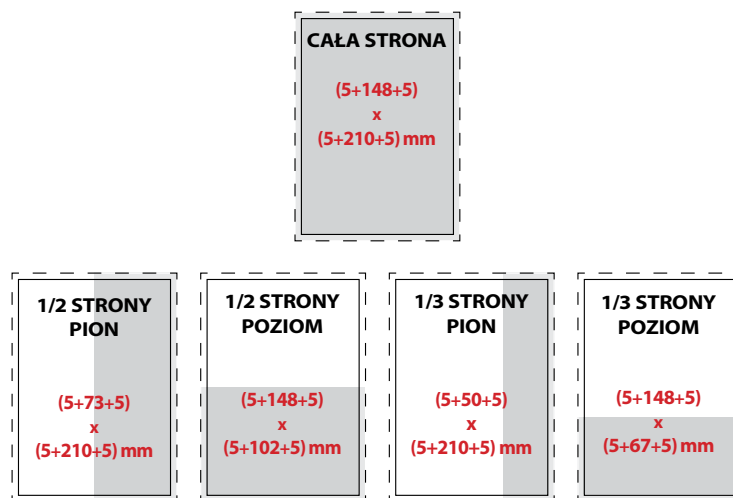


Przepis na Ogród

64 203 sprzedaż
197 347 czytelników
(10.2016-9.2017)

PRZEPIS NA OGRÓD

Formaty i cennik



II okładka	19 100 zł
III okładka	18 000 zł
IV okładka	22 300 zł
cała strona	16 900 zł
1/2 strony	10 600 zł
1/3 strony	8 400 zł

DOPLATY

Reklama w pierwszej 1/2 pisma	15%
Reklama w pierwszej 1/3 pisma	30%
Reklama przy wybranym materiale	15%
Drugi reklamodawca	10%

Inne niestandardowe reklamy na podstawie odrębnych kalkulacji.
Do cen należy dodać podatek VAT w obowiązującej stawce.

PRZEPIS NA OGRÓD

Harmonogram wydawniczy

Numer wydania	Termin dostarczenia materiałów	Pierwszy dzień sprzedaży
2/2018	20.12.2017	03.01.2018
3/2018	25.01.2018	07.02.2018
4/2018	22.02.2018	07.03.2018
5/2018	21.03.2018	04.04.2018
6/2018	20.04.2018	04.05.2018
7/2018	23.05.2018	06.06.2018
8/2018	21.06.2018	04.07.2018
9/2018	19.07.2018	01.08.2018
10/2018	23.08.2018	05.09.2018
11/2018	20.09.2018	03.10.2018
12/2018	24.10.2018	07.11.2018
1/2019	22.11.2018	05.12.2018

PRZEPIS NA OGRÓD

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	148x210 mm
Format plików	PDF wersja 1.3
Nośniki	Pliki do 10 MB e-mail: reklama@burdamedia.pl ftp://ftp.burdamedia.pl/ login: reklama hasło: burdamedia
Druk	offset
Oprawa	szyta

Przygotowanie materiałów (skrót ze specyfikacji technicznej)

Przestrzeń barwna: CMYK

W przypadku grafik wektorowych teksty zamienione na krzywe

Maksymalna całkowita suma farb (TIL):

okładki: 320%

strony wewnętrzne: 270%

Profile ICC:

okładki: DonnelleyCoated v1U

strony wewnętrzne: SC paper

Spady min. 5 mm; minimalna odległość istotnych elementów od linii cięcia: 5 mm

Profile ICC dostępne są na <ftp.burdamedia.pl> w folderze **DOWNLOAD**. Powyższa tabela stanowi skrót specyfikacji technicznej dostępnej na www.burdamedia.pl lub <ftp.burdamedia.pl> w folderze **DOWNLOAD**. W przypadku rozbieżności obowiązuje treść pełnej specyfikacji technicznej.

W razie pytań technicznych prosimy o kontakt: tomasz.langsam@burdamedia.pl

Szczegółowe warunki sprzedaży powierzchni reklamowej, w tym procedury zamawiania, publikacji oraz emisji ogłoszeń i/lub reklam w czasopiśmie wydawanych przez spółki z grupy Burda Polska określone są w Regulaminie Zamieszczania Reklam i Ogłoszeń, dostępnym pod adresem www.burdamedia.pl

PRZEPIS NA OGRÓD

Dlaczego prasa

1 Prasa angażuje – czytanie odbywa się w skupieniu; trudno przy lekturze prasy oddać się jednocześnie innym czynnościom.

2 Prasa buduje wiarygodność – poprzez „towarzyszenie” czytelnikom i „rozmawianie” z nimi (poprzez e-maile, listy, ankiety, komentarze, polemiki) prasa ma opinię doradcy, który umożliwia dokonywanie wyboru. Zaufanie, jakim darzą czytelnicy swoje tytuły i ich wiarygodność wzmacniają przekaz reklamowy.

3 Prasa pogłębia przekaz – poprzez umieszczenie w reklamie pogłębionego komunikatu odbiorca może dowiedzieć się więcej o produkcie. Reklamy prasowe mogą świadomie prezentować inne treści i formy wyrazu niż reklama w innych mediach. W ten sposób reklama prasowa może wzmacniać i modyfikować wizerunek produktu.

4 Prasa dociera precyzyjnie – bogactwo tematyczne prasy oraz szeroko zakrojone badania czytelnictwa i badania konsumenckie pozwalają na precyzyjne opisanie czytelnika i tym samym dobre dopasowanie medium do reklamowanych produktów.

5 Prasa to medium kreatywne – oferta dla reklamodawców jest bardzo szeroka. Poza ogromną liczbą formatów na stronach pisma istnieje cały szereg różnorodnych form, takich jak wrzutki, wklejki, wszywki, banderole, paski zapachowe, zakładki, kalki i wiele innych, które zapadają w pamięć i otwierają nowy rozdział w reklamie prasowej. Możliwości są niemal nieograniczone.

6 Prasa to intymny kontakt z czytelnikiem – jak wynika z badań prasy kobiecej, większości czytelnikom czytanie kojarzy się z relaksem i pewnego rodzaju intymnością, co wpływa na odbiór reklamy. Pismo skłania do dyskusji z koleżankami: o artykułach, kosmetykach, o tym, co jest skuteczne, co warto polecić.

7 Prasa nie irytuje – z najnowszych badań wynika, że widownia telewizyjna jest poirytowana liczbą reklam emitowanych w telewizji. Aż 80%* respondentów uznało reklamę telewizyjną za najbardziej dokuczliwą, podczas gdy reklamę w prasie za dokuczliwą uważa tylko 8%*.

* Źródło: prezentacja PRO Media House na podstawie badania Demoskopu.



Kontakt

www.burdamedia.pl

BURDA PUBLISHING POLSKA SP. Z O.O.

ul. Marynarska 15
02-674 Warszawa
NIP: 897-14-11-483

Konto bankowe:

PLN: 76 1140 1977 0000 4186 6900 1001
EUR: 85 1140 1977 0000 4186 6900 1033
USD: 96 1140 1977 0000 4186 6900 1029

Termin płatności:

po publikacji reklamy, na podstawie
wystawionej faktury VAT, w terminie
wskazanym na fakturze lub zamówieniu

Periodyczność: miesięcznik

Zasięg: ogólnopolski

ISSN: 2081-2809



Biuro Reklamy

ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa

Małgorzata Nocuń-Zygmuntowicz

Sales Director

tel.: +48 22 36 03 641

malgorzata.nocun@burdamedia.pl

Katarzyna Nowakowska

Deputy Sales Director

kom.: +48 692 440 118

katarzyna.nowakowska@burdamedia.pl

Agata Kosińska

Senior Account Executive

kom.: +48 692 444 282

agata.kosinska@burdamedia.pl

Anna Jeleń

Senior Traffic Specialist

tel.: +48 22 36 03 671

kom.: +48 694 455 308

anna.jelen@burdamedia.pl