

Sielska Kuchnia



Mediakit
2018

Sielska Kuchnia

Słowo wstępu



SIELSKA KUCHNIA Każdy z nas ma gdzieś głęboko ukryty w pamięci smak, który nierozdzielnie kojarzy mu się z niezapomnianą chwilą z DZIECIŃSTWA. Kromka chleba ze śmietaną i cukrem pałaszowana na wsi u babci, garść czereśni prosto z drzewa, zerwany z krzaka, ogrzany promieniami słońca pomidor – smaki te potrafimy wspominać jak najbardziej wyborne dania. Takie WSPOMNIENIA chętnie przechowujemy jak najdroższy skarb. Niejednokrotnie podejmujemy też próbę ODTWORZENIA tego smaku i uświadamiamy sobie, nic dwa razy się nie zdarza, a każda z przeżytych chwil jest jedyna i niepowtarzalna.

SIELSKA KUCHNIA, trochę na przekór tej teorii, podejmuje próbę zebrania w SMAKOWITĄ CAŁOŚĆ przepisów znanych i nieznanych. Przepisów KUCHNI REGIONALNYCH. Tak, abyśmy mogli cieszyć się ULUBIONYMI SMAKAMI. NAJWSPANIALSZE SMAKI RODZINNEGO DOMU I SZCZĘŚLIWEGO DZIECIŃSTWA to właśnie **SIELSKA KUCHNIA**. Zapraszam na nasze łamy.

Anna Męдлиńska
redaktor naczelna

Sielska Kuchnia

Informacje o tytule

Czym jest **Sielska Kuchnia**?

To jedyny taki magazyn pełen smaków, które pamiętamy z dzieciństwa, ukazujący się 4 razy w roku w rytmie 4 pór roku – Wiosna, Lato, Jesień, Zima. Pierwszy numer – Wiosna 1/2015 ukazał się w 2015 roku.

SIELSKA KUCHNIA prezentuje receptury na dania tradycyjne, dania, których smak pamiętamy z rodzinnego domu, z dzieciństwa. Przywracamy na polskie stoły klasyczne potrawy z annałów kuchni polskiej. Pokazujemy jakimi składnikami i jakimi sposobami uzyskać smak, który pamiętamy. Na łamach SIELSKIEJ KUCHNI prezentowani są lokalni wytwórcy naturalnej żywności. W formie reportaży pokazujemy ich kulinarne pasje. SIELSKA KUCHNIA pomaga poznać nasze rodzime tradycje, wspiera akcje promujące kulinarne regiony, ekologiczną i bio- żywność.



Sielska Kuchnia

Certyfikat Sielskiego Życia



Jeśli prowadzisz gospodarstwo agroturystyczne, wytwarzasz zdrowe lub ekologiczne produkty, zajmujesz się rękodzielnictwem, bliskie ci są polskie tradycje i chcesz się nimi dzielić, Sielskie Życie pomoże w spopularyzowaniu sielskiego miejsca i działalności. Takie miejsca oznaczamy Certyfikatem Sielskie Życie poleca. Zapraszamy do naszej sielskiej społeczności, którą promujemy na łamach Sielskiego Życia i Sielskiej Kuchni.

Formaty i cennik

ROZKŁADÓWKA $2 \times (5+230+5)$ \times $(5+297+5) \text{ mm}$	CAŁA STRONA $(5+230+5)$ \times $(5+297+5) \text{ mm}$	JUNIOR PAGE $(5+138+5)$ \times $(5+195+5) \text{ mm}$	
1/2 STRONY PION $(5+115+5)$ \times $(5+297+5) \text{ mm}$	1/2 STRONY POZIOM $(5+230+5)$ \times $(5+149+5) \text{ mm}$	1/3 STRONY PION $(5+76,5+5)$ \times $(5+230+5) \text{ mm}$	1/3 STRONY POZIOM $(5+230+5)$ \times $(5+99+5) \text{ mm}$
1/4 STRONY PION $(5+57,5+5)$ \times $(5+297+5) \text{ mm}$	1/4 STRONY POZIOM $(5+230+5)$ \times $(5+74+5) \text{ mm}$	1/4 STRONY $(5+115+5)$ \times $(5+148,5+5) \text{ mm}$	

I rozkładówka	52 700 zł
rozkładówka	52 700 zł
II okładka	33 100 zł
III okładka	33 100 zł
IV okładka	35 100 zł
cała strona	29 900 zł
1/2 strony	26 800 zł
1/3 strony	19 600 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.

Harmonogram wydawniczy

Numer wydania	Termin dostarczenia materiałów	Pierwszy dzień sprzedaży
1/2018	31.01.2018	22.02.2018
2/2018	30.04.2018	24.05.2018
3/2018	01.08.2018	23.08.2018
4/2018	30.10.2018	22.11.2018

Sielska Kuchnia

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	230x297 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	klejona

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: 300%

Profile ICC:

okładki: ISO Coated v2 (ECI)
strony wewnętrzne: ISO Coated v2_300 (ECI)

Spady min. 5 mm; minimalna odległość istotnych elementów od linii cięcia: 5 mm, a od grzbietu 10 mm

Rozkładówka powinna posiadać 6 mm zdublowania (rozsunięcia) obrazu

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 wydawanym przez spółki z grupy Burda Polska określone są w Regulaminie Zamieszczania Reklam i Ogłoszeń, dostępnym pod adresem www.burdamedia.pl

Sielska Kuchnia

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 umożliwi dokonanie 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: dwumiesięcznik

Zasięg: ogólnopolski

ISSN: 2083-022X



Biuro Reklamy

ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa

Małgorzata Gurbala

Sales Director

kom.: +48 600 207 181

malgorzata.gurbala@burdamedia.pl

Justyna Cytryńska

Senior Account Executive

kom.: +48 602 402 050

justyna.cytrynska@burdamedia.pl

Edyta Brzezicka

Senior Account Executive

kom.: +48 519 538 022

edyta.brzezicka@burdamedia.pl

Anna Jeleń

Senior Traffic Specialist

tel.: +48 22 36 03 671

kom.: +48 694 455 308

anna.jelen@burdamedia.pl