

**FOCUS**

# Historia

---



Mediakit  
**2018**

## Słowo wstępu



**Focus Historia** dowodzi, że można poruszać najpoważniejsze tematy z dziejów Polski i świata w sposób angażujący i atrakcyjny dla czytelników. Pokazuje historię z zaskakującej, nieoczywistej perspektywy. Często prezentuje bohaterów niezwykłych, nietuzinkowych - takich, o których milczą podręczniki.

Czytelnikami **Focusa Historia** są młodzi dorośli i dorośli, których łączy ciekawość świata i szacunek dla przeszłości. To osoby szukające inspiracji w bogatej historii Polski, prawdziwi pasjonaci dziejów i łowcy ciekawostek.

**Focus Historia** jest magazynem dostarczającym nie tylko rzetelnej wiedzy, ale również intelektualnej rozrywki na najwyższym poziomie. Pokazując przebieg historycznych procesów i zdarzeń pozostaje magazynem apolitycznym, sytuując się obok bieżących sporów.

Piotr Kościelniak  
redaktor naczelny

## Informacje o tytule

**Focus Historia** to dwumiesięcznik popularnonaukowy. Publikowane w nim teksty nie przypominają akademickich opracowań, są bowiem skierowane do każdego czytelnika. Podstawowym kryterium doboru tematów poruszanych w magazynie jest atrakcyjność opisywanej historii. Dużo miejsca poświęcamy tematyce II wojny światowej i dziejom najnowszemu.

**Focus Historia** stara się pokazywać historię przez pryzmat nieznanych bądź kontrowersyjnych wersji wydarzeń. Ciekawe działy w magazynie to m.in. „Człowiek kontra świat” – monografia kontrowersyjnej postaci historycznej, „Wydział Śledczy” – sekcja poświęcona tematyce kryminalnej, czy „Rekonstrukcja” – materiał graficzny, ilustrujący dokonania archeologów i rekonstruktorów obiektów historycznych.



## Zawartość magazynu

historia starożytna **15%**

II wojna światowa **25%**



historia nowożytna **20%**

historia najnowsza **20%**

średniowiecze, renesans **20%**

# FOCUS Historia

---

Sprzedaż: **20 531** egz.

Czytelnictwo: **646 669**

Profil czytelnika:

**70%** mężczyzn, **30%** kobiet

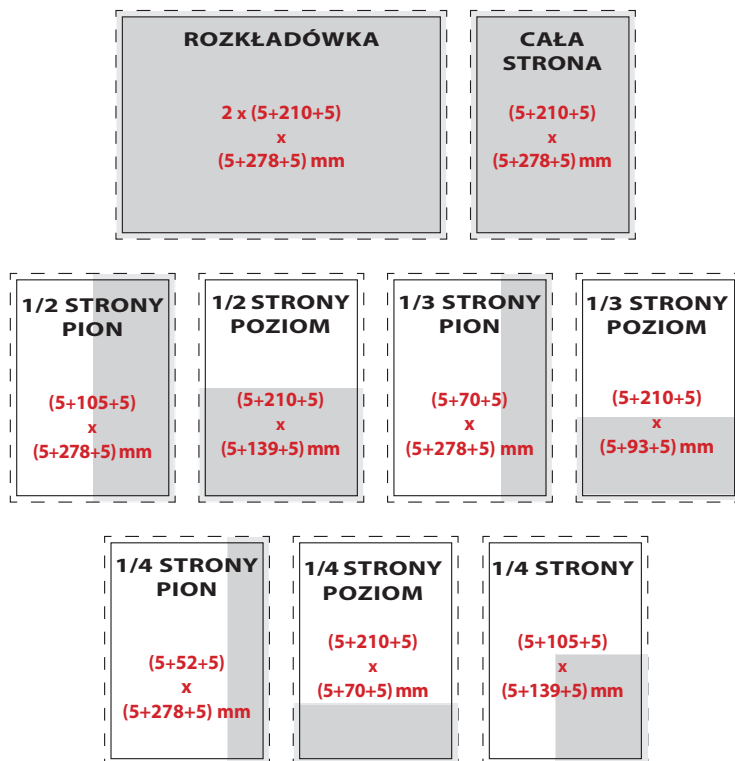
Średni wiek: **39** lata

Wyższe wykształcenie: **42%**

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

Miejsce zamieszkania – miasta powyżej 50 000 mieszk.: **44%**

## Formaty i cennik



rozkładówka	18 800 zł
druga okładka	12 200 zł
trzecia okładka	12 200 zł
czwarta okładka	15 500 zł
cała strona	9 900 zł
1/2 strony	6 600 zł
1/3 strony	5 500 zł
1/4 strony	4 400 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.

## Harmonogram wydawniczy

<b>Numer wydania</b>	<b>Termin dostarczenia materiałów</b>	<b>Pierwszy dzień sprzedaży</b>
2/2018	22.01.2018	14.02.2018
3/2018	19.03.2018	11.04.2018
4/2018	21.05.2018	13.06.2018
5/2018	23.07.2018	16.08.2018
6/2018	17.09.2018	10.10.2018
1/2019	19.11.2018	12.12.2018

## Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

<b>Format netto</b>	210x278 mm
<b>Format plików</b>	<b>PDF wersja 1.3</b>
<b>Nośniki</b>	Pliki do 10 MB e-mail: reklama@burdamedia.pl ftp://ftp.burdamedia.pl/ login: reklama hasło: burdamedia
<b>Druk</b>	offset
<b>Oprawa</b>	szyta

### Przygotowanie materiałów (skrót ze specyfikacji technicznej)

#### Przeźreń 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: PSO LWC Improved (ECI)

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

**Profile ICC dostępne są na [ftp.burdamedia.pl](http://ftp.burdamedia.pl) w folderze DOWNLOAD.** Powyższa tabela stanowi skrót specyfikacji technicznej dostępnej na [www.burdamedia.pl](http://www.burdamedia.pl) lub [ftp.burdamedia.pl](http://ftp.burdamedia.pl) w folderze DOWNLOAD. W przypadku rozbieżności obowiązuje treść pełnej specyfikacji technicznej.

**W razie pytań technicznych prosimy o kontakt:** [lukasz.lewandowski@burdamedia.pl](mailto:lukasz.lewandowski@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](http://www.burdamedia.pl)



## 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 czytelnic-

two 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 nie irytuje** – z najnowszych badań wynika, że widownia telewizyjna jest porytowana 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.



FOCUS

# Historia

## Kontakty

[www.burdamedia.pl](http://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:** 2084-4166



**Biuro Reklamy**

ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa

**Małgorzata Nocuń-Zygmuntowicz**

Sales Director

tel.: +48 22 36 03 641

malgorzata.nocun@burdamedia.pl

**Małgorzata Antoniewicz**

Senior Account Executive

kom.: +48 692 440 117

malgorzata.antoniewicz@burdamedia.pl

**Katarzyna Nowakowska**

Deputy Sales Director

kom.: +48 692 440 118

katarzyna.nowakowska@burdamedia.pl

**Paweł Karczewski**

Digital Sales Specialist

kom.: +48 602 253 727

pawel.karczewski@burdamedia.pl

**Edyta Słowińska**

Senior Account Executive

kom.: +48 692 444 277

edyta.slowinska@burdamedia.pl