

PRZEPIS NA OGRÓD



Mediakit
2015

Słowo wstępu



PRZEPIS NA OGRÓD jest pierwszym i jedynym na rynku interaktywnym miesięcznikiem ogrodniczym.

PRZEPIS NA OGRÓD to czasopismo, jakiego jeszcze nie było. W całości jest 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, dom czy prawo.

Tylu doświadczonych ogrodników jeszcze nigdy dotąd nie można było spotkać w żadnym czasopiśmie. Dlatego z każdym rokiem nasza rodzina ogrodnicza powiększa się o kolejne interaktywne wydania specjalne m.in. „Zdrowie z natury” i „Kwiaty w domu”.

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

Katarzyna Gubała
redaktor naczelna

PRZEPIS NA OGRÓD

Sprzedaż: **97 945** egz.

Czytelnictwo: **496 000**

Profil czytelnika:

17,5% mężczyzn, **82,5%** kobiet

Średni wiek: **50** lat

Średnie i wyższe wykształcenie: **63,7%**

Dochód gospodarstwa domowego powyżej 3 000 zł: **56,2%**

Miejsce zamieszkania – miasta powyżej 50 000 mieszk.: **21,9%**

PRZEPIS NA OGRÓD

Online

facebook



Fan page Przepisu na Ogród

5 414 fanów

(stan na 07.01.2015)

mojpieknyogrod.pl



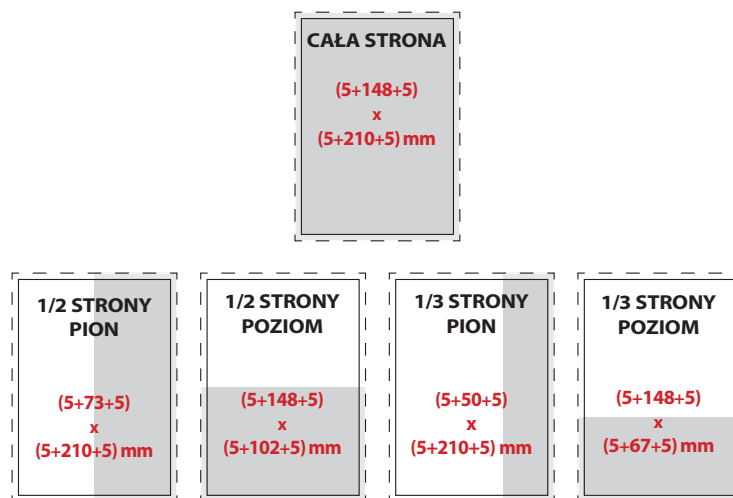
114 838 odsłon

25 758 unikalnych użytkowników

(w grudniu 2014)

PRZEPIS NA OGRÓD

Formaty i cennik



| | |
|-------------|-----------|
| II okładka | 16 900 zł |
| III okładka | 15 900 zł |
| IV okładka | 19 900 zł |
| cała strona | 14 900 zł |
| 1/2 strony | 8 900 zł |
| 1/3 strony | 6 900 zł |

DOPLĄTY

| | |
|---------------------------------|-----|
| 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 |
|----------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| 2/2015 | 24.12.2014 | 09.01.2015 |
| 3/2015 | 27.01.2015 | 06.02.2015 |
| 4/2015 | 24.02.2015 | 06.03.2015 |
| 5/2015 | 24.03.2015 | 03.04.2015 |
| 6/2015 | 22.04.2015 | 06.05.2015 |
| 7/2015 | 25.05.2015 | 05.06.2015 |
| 8/2015 | 26.06.2015 | 08.07.2015 |
| 9/2015 | 24.07.2015 | 05.08.2015 |
| 10/2015 | 25.08.2015 | 04.09.2015 |
| 11/2015 | 25.09.2015 | 07.10.2015 |
| 12/2015 | 23.10.2015 | 05.11.2015 |
| 1/2016 | 24.11.2015 | 04.12.2015 |

PRZEPIS NA OGRÓD

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

| | |
|---------------------|---|
| Format netto | 148x210 mm |
| Pliki | PDF (format preferowany) Photoshop: TIFF, EPS, 300 dpi, CMYK Illustrator: EPS, CMYK, teksty zamienione na krzywe Total Ink Limit (TIL): okładki maks. 320% środek maks 270% Spady min. 5 mm; minimalna odległość istotnych elementów od linii cięcia: 5 mm |
| Nośniki | CD Pliki do 10 MB e-mail: reklama@burdamedia.pl ftp://ftp.burdamedia.pl/ login: reklama hasło: burdamedia |
| Druk | offset |

Szczegółową specyfikację techniczną przesyłamy na życzenie klienta.
W razie pytań technicznych prosimy o kontakt: Tomasz Langsam,
tel. +48 71 37 62 828, e-mail: tomasz.langsam@burdamedia.pl

Szczegółowe warunki sprzedaży powierzchni reklamowej, w tym procedury zamawiania, publikacji oraz emisji ogłoszeń i/lub reklam w czasopismach wydawanych przez Burda Media Polska Sp. z o.o. oraz Spółki z grupy Burda Polska, tj. Burda Communications Sp. z o.o., Burda Publishing Polska Sp. z o.o. Sp. Komandytowa, Burda GL Polska Sp. z o.o. oraz Burda NG Polska Sp. z o.o. Sp. Komandytowa, 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.



PRZEPIS NA OGRÓD

Kontakt

www.burdamedia.pl

BURDA MEDIA POLSKA SP. Z O.O.

ul. Marynarska 15
02-674 Warszawa
NIP: 101-00-01-332

Konto bankowe:

Raiffeisen Bank Polska SA Oddział we Wrocławiu,
ul. Powstańców Śląskich 7a
49 1750 1064 0000 0000 0721 7242

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 Gurbala

Sales Director Home & Design

tel.: +48 22 36 03 654

kom.: +48 600 207 181

malgorzata.gurbala@burdamedia.pl

Agata Kosińska

Senior Account Executive

tel.: +48 22 36 03 622

kom.: +48 692 444 282

agata.kosinska@burdamedia.pl

Katarzyna Kluzniak-Dulęba

Senior Account Executive

tel.: +48 22 36 03 668

kom.: +48 694 495 380

katarzyna.kluzniak@burdamedia.pl

Anna Jeleń

Senior Sales Coordinator

tel.: +48 22 36 03 671

kom.: +48 694 455 308

anna.jelen@burdamedia.pl

Barbara Topol – Commercial Director Of Advertising Sales, Corporate Publishing & Business Development