

# Sielskie życie



Mediakit  
**2018**

## Słowo wstępu



**Sielskie Życie** to magazyn dla wszystkich, którzy szukają wytchnienia od miejskiego zgiełku. Pismo jest skierowane do ludzi pragnących realizować swoje pasje poza miastem, świadomie wybierających życie w zgodzie z naturą i rytmem przyrody. Misją tytułu jest odkrywanie piękna polskich krajobrazów i regionów, fascynujących zwyczajów, lokalnych tradycji i rzemiosł, które warto pielęgnować i ocalić od zapomnienia. Magazyn przybliży, a czasem odkrywa na nowo specjały rodzimej kuchni. Przede wszystkim jednak zachęca do poznania ludzi, których losy mogą być inspiracją dla innych, bo pokazują, że warto realizować marzenia, warto je pielęgnować i co ważne ocalić od zapomnienia.

**Sielskie Życie** to magazyn, który wskazuje sielskie miejsce.

Anna Męдлиńska  
redaktor naczelna

# Sielskie życie

## Informacje o tytule

### Czym jest **Sielskie Życie**?

To pierwsze tego typu czasopismo w Polsce. Już w momencie startu wiosną 2011 r. przyciągnęło uwagę i zdobyło sympatię czytelników. Miarą sukcesu **SIELSKIEGO ŻYCIA** jest zwiększająca się z numeru na numer liczba czytelników.

**SIELSKIE ŻYCIE** pokazuje, że życie z dala od miejskiego zgiełku może być fascynujące i w pełni satysfakcjonujące.

**SIELSKIE ŻYCIE** daje solidną porcję informacji podanych w przystępny i ciekawy sposób.

**SIELSKIE ŻYCIE** jest odskocznią od codzienności, równocześnie nie zapominając o codzienności.

**SIELSKIE ŻYCIE** pomaga poznać tradycje, wspiera akcje promujące regiony i ekologiczną żywność.



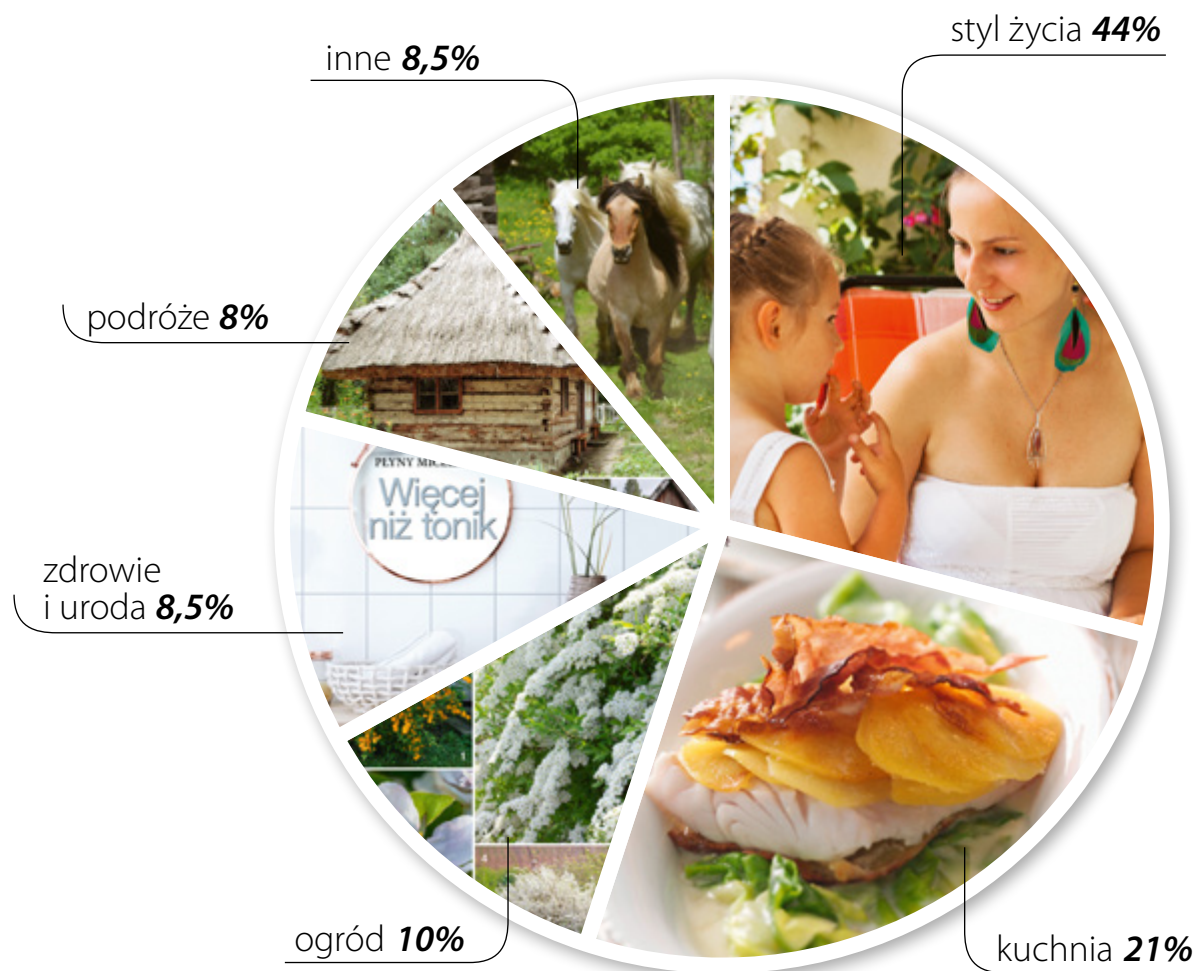
## Certyfikat Sielskiego Życia



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.

---

## Zawartość magazynu



## Formaty i cennik

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

I rozkładówka	42 500 zł
rozkładówka	36 000 zł
II okładka	27 300 zł
III okładka	25 200 zł
IV okładka	35 000 zł
cała strona	23 900 zł
1/2 strony	18 500 zł
1/3 strony	13 000 zł
2 moduły	3 200 zł
3 moduły	4 300 zł
4 moduły	5 400 zł
6 modułów	7 600 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

<b>Numer wydania</b>	<b>Termin dostarczenia materiałów</b>	<b>Pierwszy dzień sprzedaży</b>
1/2018	20.12.2017	10.01.2018
2/2018	19.02.2018	07.03.2018
3/2018	20.04.2018	09.05.2018
4/2018	25.06.2018	11.07.2018
5/2018	27.08.2018	12.09.2018
6/2018	22.10.2018	07.11.2018

## Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

<b>Format netto</b>	230x297 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>	klejona

### 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: 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](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 wydawanym przez spółkę 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 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](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:** dwumiesięcznik

**Zasięg:** ogólnopolski

**ISSN:** 2083-022X



**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