

burda style



Mediakit 2021

Słowo wstępu



BURDA to przewodnik po świecie mody i stylu. Prezentujemy trendy ze światowych stolic mody i przekładamy je na fasony, dzięki którym każda kobieta może poczuć się wyjątkowo. Nasze czytelniczki cenią wysoką jakość i styl, są nowoczesne i kreatywne.

BURDA to najnowsze trendy, czyli co miesiąc nowe kolekcje strojów do samodzielnego uszycia. Spełniamy oczekiwania wymagających kobiet, które nie zadowolają się tym, co znajdują w sklepach, a zabawa modą jest dla nich formą wyrażenia siebie.

BURDA to modne, a zarazem wyjątkowe fasony i precyzyjne wykroje, dzięki którym szycie staje się łatwe. Sprawiamy, że nasze czytelniczki mogą nosić niepowtarzalne, skrojone na swoją miarę stroje.

BURDA to źródło inspiracji, czyli oryginalne dodatki i ciekawe pomysły. Pomagamy kreatywnym zrealizować potrzebę tworzenia oraz podkreślić swój indywidualny styl.

Dzięki nam świat staje się pełen nowych możliwości.

AKADEMIA BURDA to projekt szkoleniowy magazynu Burda łączący jego kompetencje merytoryczne i wieloletnie doświadczenie w dziedzinie szycia.

Program warsztatów został stworzony z myślą o tych, którzy chcą nauczyć się szycia od podstaw, jak i o osobach, które pragną pogłębić swoją wiedzę o nowe techniki pod czujnym okiem profesjonalistów.

Anna Blaut-Welna
redaktor naczelna

Sprzedaż: **12 531** egz.
Prenumerata: **5 964** egz
Czytelnictwo: **291 894**

Profil czytelnika:

79% kobiet , **21%** mężczyzn

Średni wiek: **45** lata

Wykształcenie średnie lub wyższe: **84%**

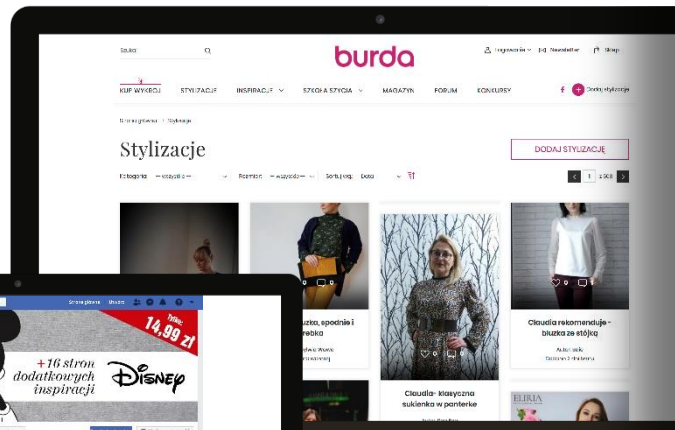
Dochód gospodarstwa domowego powyżej 000 zł: **66%**

Miejsce zamieszkania – miasta powyżej 50 000 mieszk.: **58%**

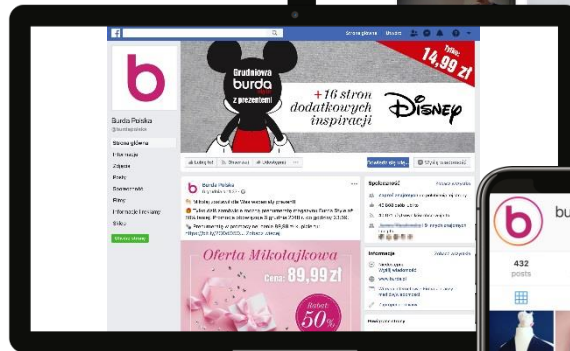
burda style

Komunikacja 360°

burda.pl
515 979 odsłon
47 455 unikalnych
użytkowników
(11.2020)



facebook
48 661 fanów
(11.2020)

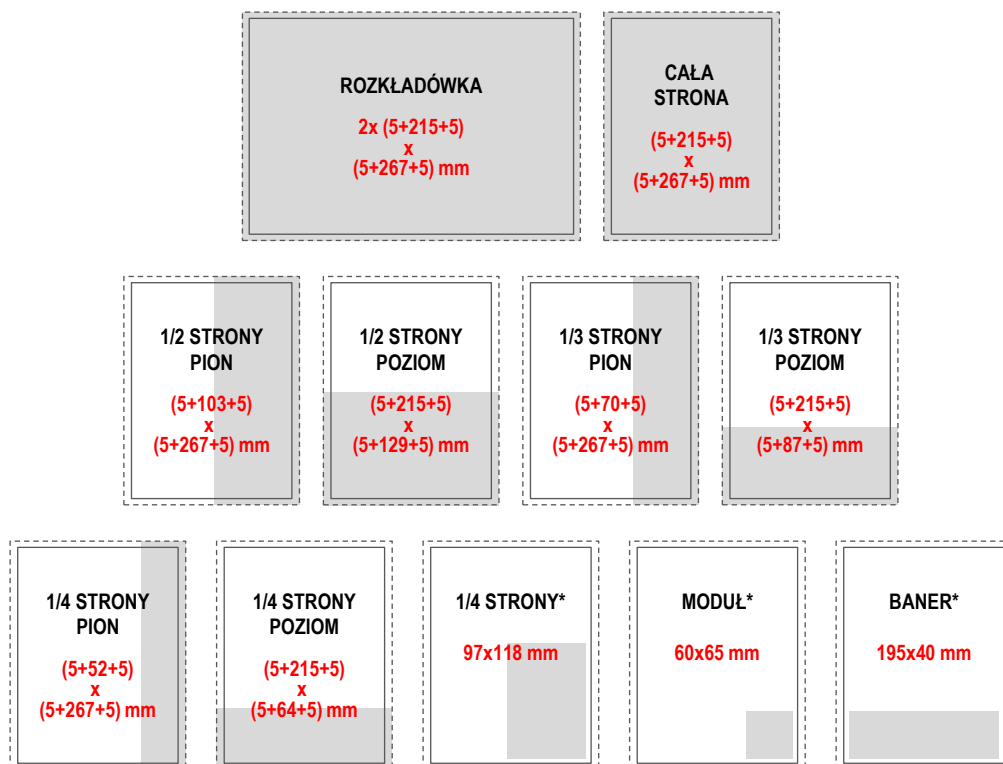


instagram
9 319 fanów
(11.2020)



Burda
12 6531 sprzedaż
291 894 czytelników

Formaty i cennik



*reklama bez spadów

rozkładówka	32 000 zł
II okładka	21 900 zł
III okładka	20 900 zł
IV okładka	23 900 zł
prawa strona	19 900 zł
1/2 strony	13 000 zł
1/3 strony	9 900 zł
1/4 strony	8 000 zł
1 moduł	2 900 zł
baner	5 900 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
2/2021	04.01.2021	22.01.2021
3/2021	05.02.2021	26.02.2021
4/2021	05.03.2021	26.03.2021
5/2021	02.04.2021	23.04.2021
6/2021	30.04.2021	21.05.2021
7/2021	28.05.2021	18.06.2021
8/2021	25.06.2021	16.07.2021
9/2021	31.07.2021	20.08.2021
10/2021	03.09.2021	24.09.2021
11/2021	01.10.2021	22.10.2021
12/2021	29.10.2021	19.11.2021
1/2022	02.12.2021	17.12.2021

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	215x267 mm
Format plików	PDF wersja 1.3
Nośniki	Pliki do 10 MB: e-mail: reklama.wroclaw@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: 300%

Profile ICC:

okładki: ISO Coated v2 (ECI)
strony wewnętrzne: PSO LWC Improved (ECI)

Spady: min. 5 mm;

min. 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: reklama.wroclaw@burdamedia.pl

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

Dlaczego prasa

1. **Prasa angażuje** – czytanie odbywa się w skupieniu; trudno przy lekturze prasy oddawać 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 umieszczanie 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 kuteczne, co warto polecić.
7. **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.



Kontakty

www.burdamedia.pl

BURDA MEDIA 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: 0867-387X



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

Żaneta Lis

Head of Sales Team
kom.: +48 664 950 424
zaneta.lis@burdamedia.pl

Agnieszka Rosiak

Senior Account Executive kom.:
+48 519 538 027
agnieszka.rosiak@burdamedia.pl

Małgorzata Walos

Senior Account Executive
kom.: +48 519 538 025
malgorzata.walos@burdamedia.pl