

# me



## Mediakit 2020

# me

## Informacje o tytule

### **MAGAZYN MERCEDES ME**

został stworzony z myślą o grupie klientów Mercedes-Benz. Prezentuje najwyższej jakości treści redakcyjne połączone z elegancką, luksusową oprawą graficzną.

W magazynie **MERCEDES ME** znajdują się artykuły z najciekawszych obszarów życia od biznesu, podróży, po sztukę, modę i kulturę

### **E-wydanie**

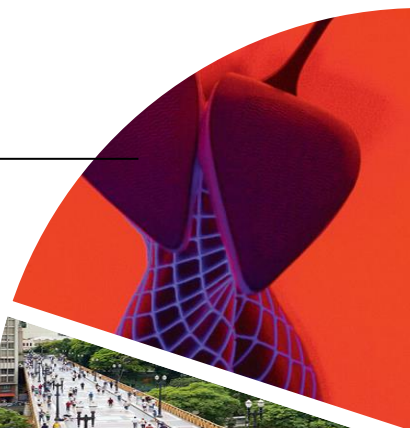


# me

## Zawartość magazynu

**20%**

design, sztuka,  
kultura moda



**10%**

podróże



**25%**

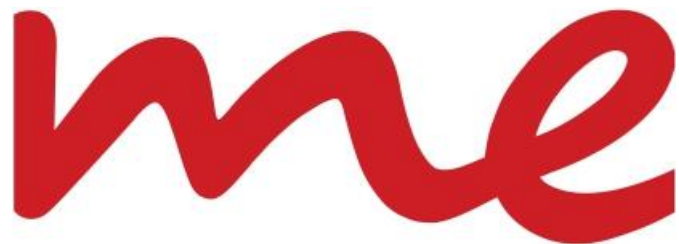
ludzie biznesu,  
sztuki, kultury  
– inspirujące wywiady



**45%**

świat Mercedesa:  
prezentacja nowych modeli  
samochodów Mercedes





---

Nakład: **20 000** egz.

Magazyn dystrybuowany jest w imiennej wysyłce do osób, które w ciągu ostatnich dwóch lat kupiły nowy osobowy model Mercedesa w salonie na terenie Polski.

Profil czytelnika:

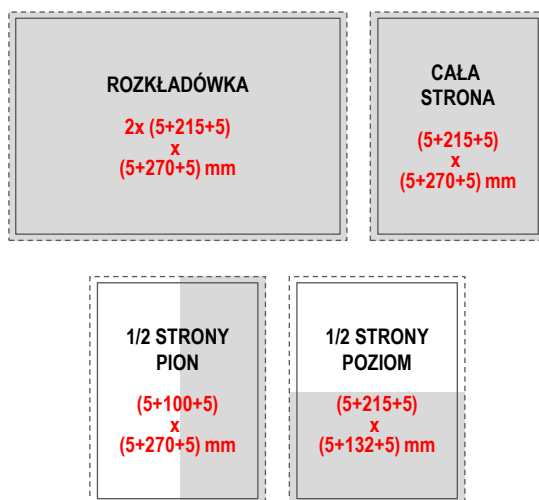
Czytelnicy magazynu to osoby, które w ciągu ostatnich dwóch lat kupiły w salonie osobowy model Mercedesa. Przeciętny czytelnik ma ponad **35 lat**, **65%** z nich to mężczyźni, a **35%** kobiety

### **Magazyn Mercedes ME**

trafia do wyjątkowej grupy mieszkańców dużych aglomeracji miejskich, osób o ponadprzeciętnych dochodach, aspirujących, prowadzących aktywny tryb życia.



# Formaty i cennik



II okładka	30 000 zł
III okładka	28 000 zł
IV okładka	34 000 zł
rozkładówka otwierająca	45 000 zł
rozkładówka	40 000 zł
cała strona	24 000 zł
1/2 strony	17 000 zł

Inne niestandardowe reklamy na podstawie odrębnych kalkulacji.  
Do cen należy dodać podatek VAT w obowiązującej stawce.

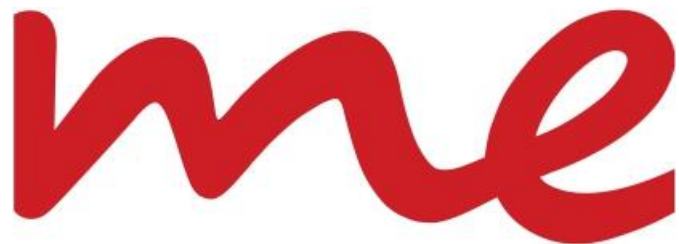


---

# Harmonogram wydawniczy

Numer wydania	Termin dostarczenia materiałów	Pierwszy dzień dystrybucji
1/2020	6.03.2020	30.03.2020
2/2020	1.07.2020	13.07.2020
3/2020	7.09.2020	28.09.2020
4/2020	17.11.2020	17.12.2020





## Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	215x270 mm
Format plików	<b>PDF wersja 1.3</b>
Nośniki	Pliki do 10 MB: e-mail: reklama.wroclaw@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):**  
320%

#### Profile ICC:

okładki: RRD\_stacc10\_v1

strony wewnętrzne: RD\_stacc\_avg\_v2ng\_2

**Spady:** min. 5 mm; min. 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:** 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](http://www.burdamedia.pl)



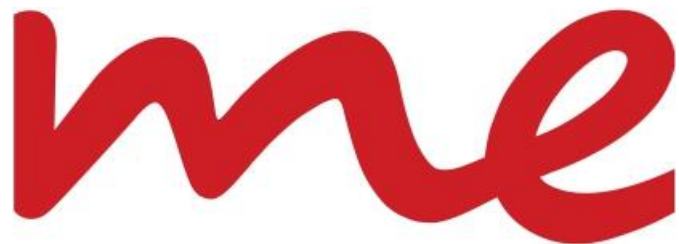
## Dlaczego prasa

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 skuteczne, 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](http://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:** 1617-6677



**Biuro Reklamy**

ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa

---

**Jolanta Kurek**

Corporate Media Sales Director kom.:  
+48 692 440 107

[jolanta.kurek@burdamedia.pl](mailto:jolanta.kurek@burdamedia.pl)

**Anna Dembska**

Key Account Manager  
kom.: +48 692 446 520

[anna.dembska@burdamedia.pl](mailto:anna.dembska@burdamedia.pl)