

PRZEPIS NA OGRÓD



Mediakit
2022

PRZEPIS NA OGRÓD

Słowo wstępu



PRZEPIS NA OGRÓD jest pierwszym i – jak do tej pory – jedynym na rynku interaktywnym miesięcznikiem ogrodniczym. Ukazuje się od kwietnia 2010 roku.

PRZEPIS NA OGRÓD to czasopismo w całości 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 czy architektura ogrodowa.

Z każdym rokiem nasza rodzina ogrodnicza powiększa się o kolejne interaktywne wydania specjalne, m.in. „Zdrowie z Natury”, „Kwiaty w Domu”, „Cięcie”, „Kalendarz Księżycowy”, „Najpiękniejsze Ogrody Czytelników”, „Ochrona Roślin”. Co roku do wydania styczniowego dołączamy również kalendarz ścienny ilustrowany fotografiami z ogrodów czytelników.

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

Marta Suta
redaktor naczelna

PRZEPIS NA OGRÓD

Sprzedaż: **32 547** egz.

Czytelnictwo: **298 295**

Profil czytelnika:

43% mężczyzn, **57%** kobiet

Średni wiek: **50** lata

Średnie i wyższe wykształcenie: **58%**

Dochód gospodarstwa domowego powyżej 4 000 zł: **50%**

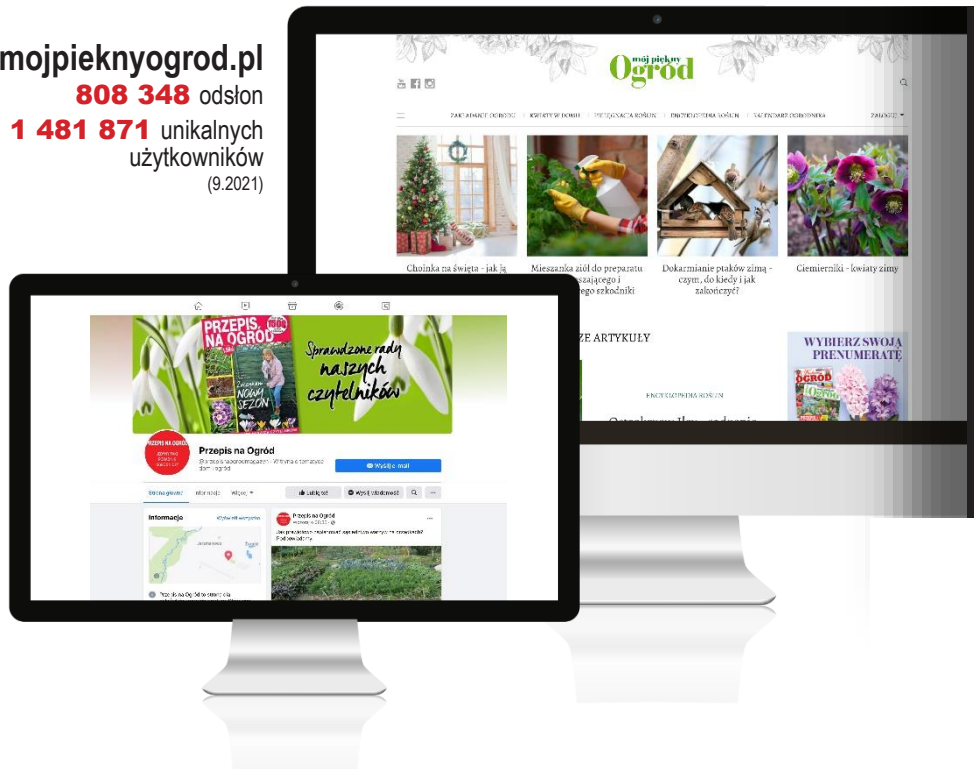
Miejsce zamieszkania – miasta powyżej 50 000 mieszk.: **17%**

PRZEPIS NA OGRÓD

Komunikacja 360°

mojpieknyogrod.pl
808 348 odsłon
1 481 871 unikalnych
użytkowników
(9.2021)

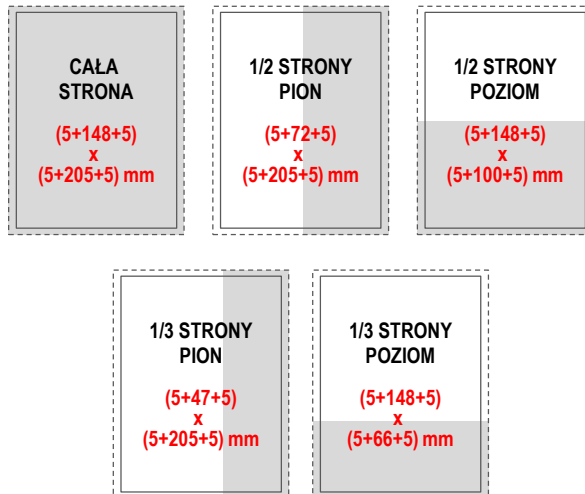
facebook
60 318 fanów
(9.2021)



Przepis
na Ogród
32 547 sprzedaż
298 295 czytelników

PRZEPIS NA OGRÓD

Formaty i cennik



II okładka	19 100 zł
III okładka	18 000 zł
IV okładka	22 300 zł
cała strona	16 900 zł
1/2 strony	10 600 zł
1/3 strony	8 400 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
2/2022	15.12.2021	04.01.2022
3/2022	16.02.2022	02.03.2022
4/2022	20.04.2022	04.05.2022
5/2022	22.06.2022	06.07.2022
6/2022	24.08.2022	07.09.2021
1/2023	19.10.2022	31.10.2021

PRZEPIS NA OGRÓD

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	148x205 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: 270%

Profile ICC:

okładki: ISO Coated v2 (ECI)

strony wewnętrzne: PSO SNP paper (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

PRZEPIS NA OGRÓD

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.



PRZEPIS NA OGRÓD

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: 49 1050 0086 1000 0090 3172 2672
EUR: 27 1050 0086 1000 0090 3172 2680
USD: 26 1050 0086 1000 0090 3172 2698

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 Nocuń-Zygmuntowicz

Sales Director
tel.: +48 22 36 03 641
malgorzata.nocun@burdamedia.pl

Katarzyna Nowakowska

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