

ELLEMAN POLSKA



Mediakit 2020



ELLE to 80 lat tradycji na rynkach światowych. A **ELLE MAN** jest odpowiednikiem klasy i męskiego charakteru, który obecny jest na 16 rynkach na całym świecie.

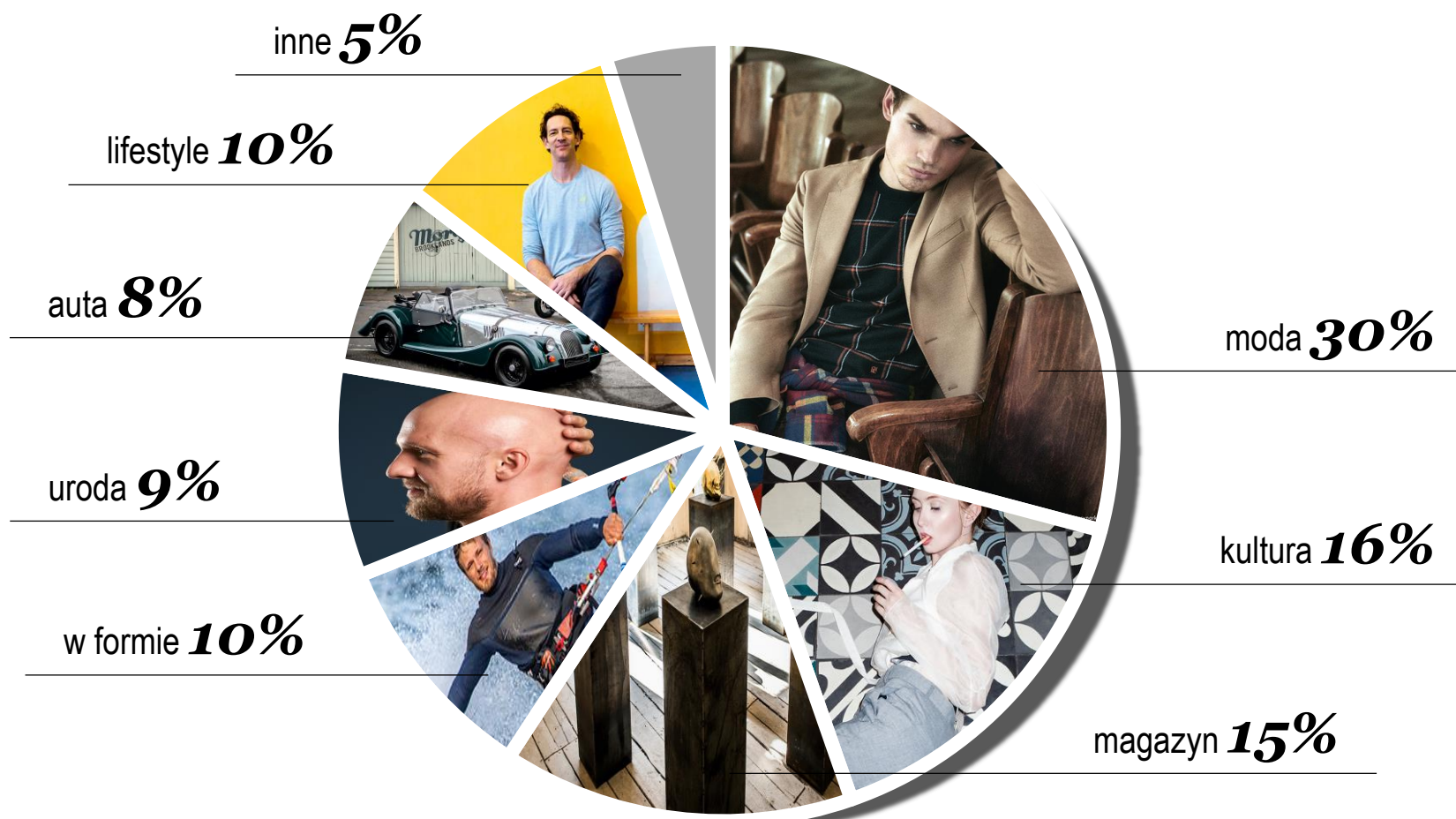
Bohaterowie **ELLE MAN'A** to wartościowi faceci. Ludzie z charakterem, pełni pasji, za którymi przemawia nie tylko doświadczenie życiowe, ale też jakość i wrażliwość. Każdy numer naszego kwartalnika to wyraziści bohaterowie, mocne historie i ciekawe rozmowy. A wszystko opakowane w modowe DNA.

ELLE MAN jest patronem medialnym wielu ważnych wydarzeń, m.in. wspieraliśmy Andrzeja Bargiela podczas historycznego zjazdu na nartach z K2 oraz w trakcie premiery płyty Dawida Podsiadło. Mogliście nas też spotkać na KTW Fashion Week, wielu wydarzeniach sportowych czy Miesiącu Fotografii w Krakowie.

Dla nas liczą się ludzie i ich historie. Nikogo nie pomijamy. Szukamy bohaterów, którzy się nie poddają i którzy swoją walką mogą zainspirować innych.

Olivier Janiak
redaktor naczelny

Zawartość magazynu



Nakład: **45 000** egz.

Średnia sprzedaż: **23 900**

Profil czytelnika:

Dochód zdecydowanie powyżej średniej

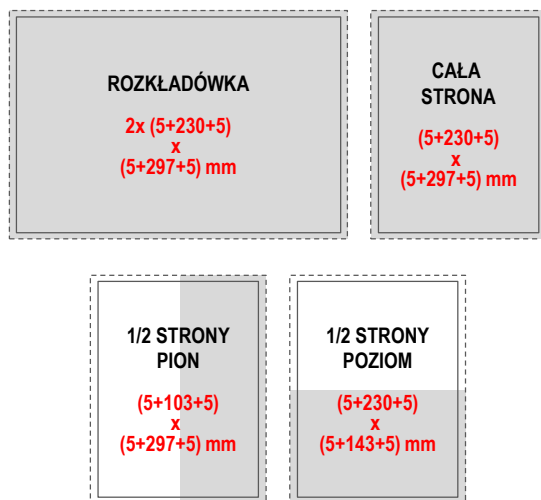
Menedżer średniego lub wyższego szczebla, albo właściciel firmy.

88% uważa nowe technologie za naturalną część życia

88% przywiązuje wagę do tego, jak się odżywia

76% śledzi najnowsze trendy w modzie

Formaty i cennik



rozkładówka otwierająca	216 900 zł
rozkładówka	163 900 zł
III okładka	104 900 zł
IV okładka	182 900 zł
prawa strona	95 900 zł
lewa strona	89 900 zł
1/2 strony prawej	75 900 zł
1/2 strony lewej	63 900 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
1/2020	23.02.2020	12.03.2020
2/2020	31.05.2020	18.06.2020
3/2020	30.08.2020	17.09.2020
4/2020	22.11.2020	10.12.2020

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	230x297 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	klejona

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: : ISO Coated v2_300 (ECI)

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.

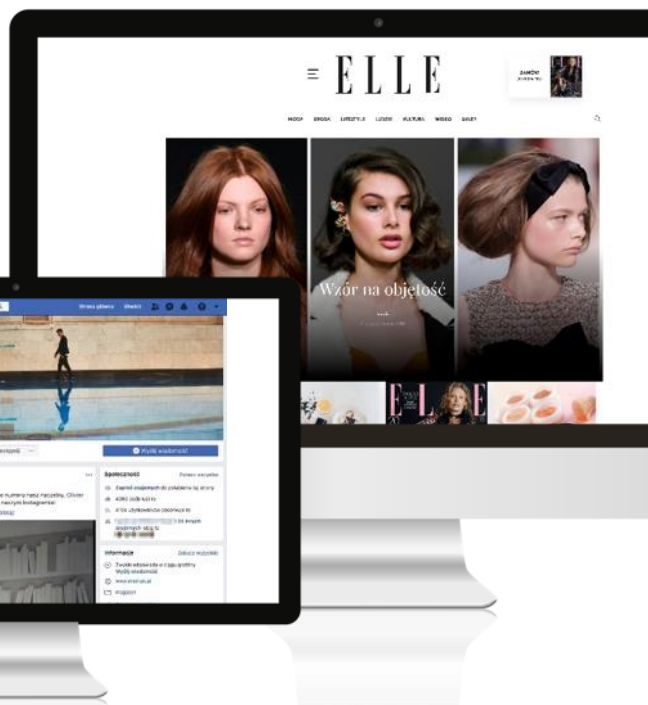
W razie pytań technicznych prosimy o kontakt: reklama.wroclaw@burdamedia.pl

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

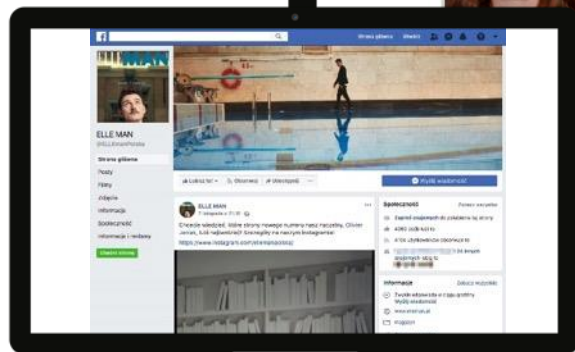
ELLEMAN POLSKA

Komunikacja 360°

elleman.pl
133 490 odsłon
64 120 unikalnych
użytkowników
(10.2019)



facebook
4 902 fanów
(10.2019)



instagram
4 761 follow
(10.2019)

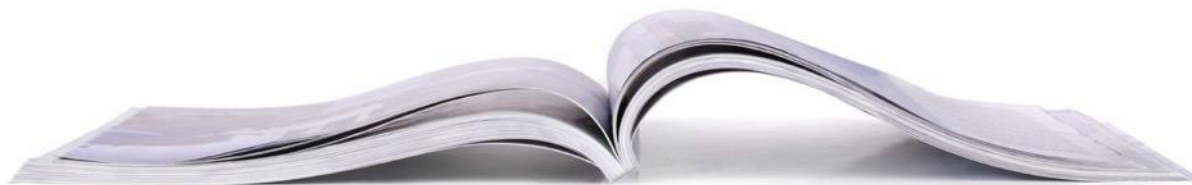


ElleMan
23 900 sprzedaż
95 600 czytelników

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 wzmocniają 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 wzmocniać 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

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: 1232-8308



Biuro Reklamy

ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa

Małgorzata Gurbala

Sales Director
mob.: +48 600 207 181
malgorzata.gurbala@burdamedia.pl

Anna Muczyńska

Sales Team Manager
mob.: +48 668 553 943
anna.muczynska@burdamedia.pl

Ewelina Dorda

Senior Account Executive
mob.: +48 608 356 156
ewelina.dorda@burdamedia.pl

Kamila Garbacz

Senior Account Executive
mob.: +48 604 275 875
kamila.garbacz@burdamedia.pl

Radosław Grabowski

Senior Account Executive
mob.: +48 604 112 494
radoslaw.grabowski@burdamedia.pl

Małgorzata Janiszewska

Senior Account Executive
mob.: +48 692 440 127
malgorzata.janiszewska@burdamedia.pl

Sylwia Klich

Senior Account Executive
mob.: +48 694 455 430
sylwia.klich@burdamedia.pl

Ewelina Kluz

Senior Project Manager
mob.: +48 692 444 293
ewelina.kluz@burdamedia.pl

Renata Bogusz

Beauty Expert
mob.: +48 692 440 106
renata.bogusz@burdamedia.pl

Joanna Hasny

Traffic Expert
tel.: +48 22 36 03 646
mob.: +48 694 455 354
Joanna.hasny@burdamedia.pl