

Słowo wstępu



ELLE Decoration to najbardziej luksusowy magazyn o wnętrzach i designie. Śledzimy najważniejsze trendy w wystroju wnętrz, podpowiadamy, co warto wybrać z ciągle zmieniających się trendów.

Z **ELLE Decoration**:

- poznasz najważniejsze wydarzenia z dziedziny sztuki, kultury, architektury i designu
- odkryjesz tajniki urządzania wnętrz zgodnie z najnowszymi propozycjami stylistów i designerów
- odwiedzisz najpiękniejsze domy z całego świata, które zainspirują Cię do zmian
- dowiesz się, co nowego znajdziesz na polskim rynku

Z nami stworzysz niepowtarzalny styl.

Małgorzata Szczepańska
redaktor naczelna

ELLE DECORATION

Informacje o tytule

ELLE Decoration jest połączeniem świata realnego ze światem marzeń. Pokazuje, jak łączyć klasykę z nowoczesnością. Staje się w ten sposób doskonale w prezentowaniu stylu eklektycznego. Dzięki temu **ELLE Decoration** nigdy się nie dezaktualizuje.

Magazyn wyróżnia jego ekskluzywny charakter i aspekt międzynarodowy. Redakcja wspiera jednocześnie polskie wzornictwo i stara się koncentrować na wnętrzach powstałych w Polsce. Zachęca do poszukiwań własnego stylu, podając jednocześnie godne do naśladowania wzorce stylizacji i aranżacji wnętrz. Krok po kroku wprowadza czytelnika w świat wymarzonych wnętrz, pokazując mu rozwiązania dostępne w Polsce. Uwrażliwia na piękno i przekazuje ideę, że wnętrza to element stylu życia.

ELLE Decoration to tytuł dla wybranej grupy docelowej. To kobiety wykształcone i zamożne, zamieszkałe w największych miastach. Indywidualistki wrażliwe na piękno, wyrażające się poprzez kreowanie najbliższego otoczenia i poszukujące w nim harmonii. Przy wyborze danego produktu kierują się bardziej jego estetyką niż ceną.



Sprzedaż: **14 794** egz.

Czytelnictwo: **125 736**

Profil czytelnika:

67% kobiet

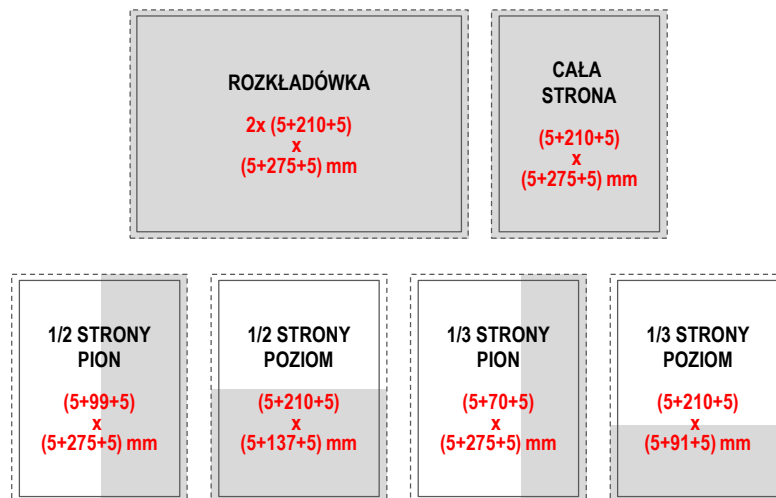
Średni wiek: **39** lat

Wyższe wykształcenie: **48%**

Dochód gospodarstwa domowego powyżej 4 000 zł: **65%**

Miejsce zamieszkania – miasta powyżej 50 000 mieszk.: **47%**

Formaty i cennik



rozkładówka otwierająca	72 900 zł
rozkładówka	58 900 zł
II okładka	41 900 zł
III okładka	35 900 zł
IV okładka	53 900 zł
1, 2, 3 strona <small>(stopka, spis treści, edytorial)</small>	38 900 zł
cała strona	35 900 zł
1/2 strony	23 900 zł
1/3 strony	17 900 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	17.12.2019	08.01.2020
2/2020	18.02.2020	11.03.2020
3/2020	14.04.2020	06.05.2020
4/2020	16.06.2020	08.07.2020
5/2020	18.08.2020	09.09.2020
6/2020	18.10.2020	10.11.2020

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	210x275 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):
320%

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,
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

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

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: dwumiesięcznik

Zasięg: ogólnopolski

ISSN: 1640-9027



Biuro Reklamy

ul. Marynarska 15, 02-674 Warszawa

Małgorzata Gurbala

Sales Director

kom.: +48 600 207 181

malgorzata.gurbala@burdamedia.pl

Katarzyna Kołakowska-Frańkowiak

Head of Sales

tel.: +48 22 36 03 669

kom.: +48 694 455 351

katarzyna.kolakowska@burdamedia.pl

Anna Jeleń

Senior Traffic Specialist

tel.: +48 22 36 03 671

kom.: +48 694 455 308

anna.jelen@burdamedia.pl