



## Mediakit 2020

## 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: **17 653** egz.  
Prenumerata: **5 964** egz  
Czytelnictwo: **211 185**

Profil czytelnika:

**93%** kobiet

Średni wiek: **44** lata

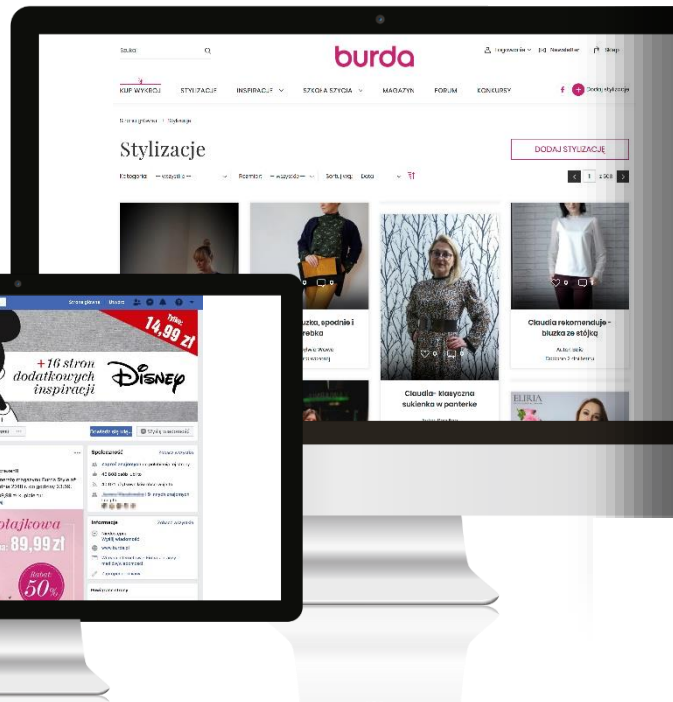
Wykształcenie średnie lub wyższe: **77%**

Dochód gospodarstwa domowego powyżej 4 000 zł: **66%**

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

## Komunikacja 360°

**burda.pl**  
**748 352** odsłon  
**59 324** unikalnych  
użytkowników  
(10.2019)

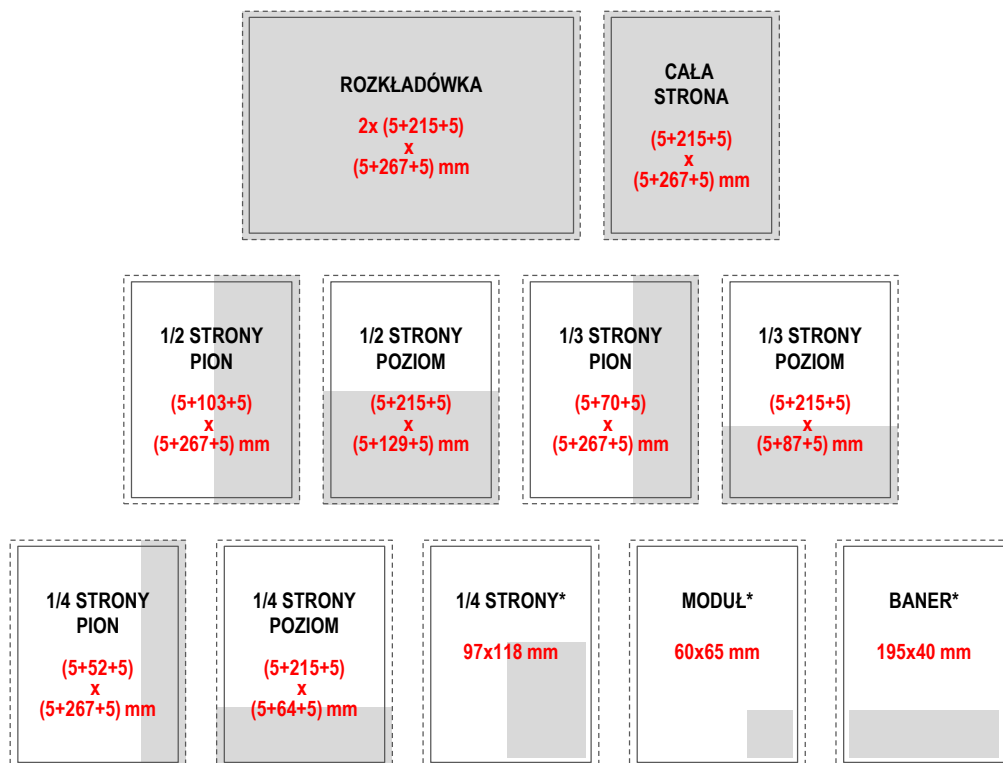


**facebook**  
**44 915** fanów  
(10.2019)



**Burda**  
**17 653** sprzedaż  
**211 185** 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
2/2020	06.01.2020	24.01.2020
3/2020	03.02.2020	21.02.2020
4/2020	09.03.2020	27.03.2020
5/2020	06.04.2020	24.04.2020
6/2020	04.05.2020	22.05.2020
7/2020	01.06.2020	19.06.2020
8/2020	29.06.2020	17.07.2020
9/2020	03.08.2020	21.08.2020
10/2020	07.09.2020	25.09.2020
11/2020	05.10.2020	23.10.2020
12/2020	02.11.2020	20.11.2020
1/2021	30.11.2020	18.12.2020



## Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	215x267 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	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](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 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](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:** 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](mailto:malgorzata.nocun@burdamedia.pl)

**Katarzyna Nowakowska**

Deputy Sales Director  
kom.: +48 692 440 118  
[katarzyna.nowakowska@burdamedia.pl](mailto:katarzyna.nowakowska@burdamedia.pl)

**Żaneta Lis**

Head of Sales Team  
kom.: +48 664 950 424  
[zaneta.lis@burdamedia.pl](mailto:zaneta.lis@burdamedia.pl)

**Agnieszka Rosiak**

Senior Account Executive kom.:  
+48 519 538 027  
[agnieszka.rosiak@burdamedia.pl](mailto:agnieszka.rosiak@burdamedia.pl)

**Małgorzata Walos**

Senior Account Executive  
kom.: +48 519 538 025  
[malgorzata.walos@burdamedia.pl](mailto:malgorzata.walos@burdamedia.pl)