

GLAMOUR



Mediakit 2020

GLAMOUR

Słowo wstępu



GLAMOUR to luksusowy miesięcznik dla młodych, nowoczesnych i pewnych siebie kobiet. To przewodnik po współczesnym życiu, ekspert w dziedzinie mody, urody, lifestyle'u i zjawisk społecznych. Prezentuje i kreuje trendy.

GLAMOUR odpowiada na wszystkie potrzeby współczesnych młodych kobiet. Pokazuje im, jak funkcjonować w zmieniającym się świecie, pokazuje, jak budować relacje społeczne, jak wciąż się rozwijać, jak inwestować w siebie. Regularnie dostarcza czytelnikom informacje z dziedziny biznesu, finansów, psychologii, seksu, a także zdrowego stylu życia.

Czytelniczka **GLAMOUR** jest świadomą konsumentką, chcącą inwestować w siebie. Styliści **GLAMOUR** co miesiąc prezentują ubrania i dodatki, które nowoczesna kobieta powinna mieć w swojej szafie. Dziennikarki działu Uroda polecają sprawdzone nowości kosmetyczne, nowe zabiegi i miejsca, gdzie można o siebie zadbać.

GLAMOUR to magazyn multimedialny. Razem z glamour.pl tworzy uzupełniający się контент, dzięki czemu jest mocnym rozpoznawalnym brandem na polskim rynku, w pełni zaspokajającym potrzeby czytelniczek i użytkowników.

Katarzyna Dąbrowska
redaktor naczelna

GLAMOUR

Zawartość magazynu



GLAMOUR

Sprzedaż: **46 465** egz.

Czytelnictwo: **855 630**

Profil czytelnika:

98% kobiet

Średni wiek: **34** lat

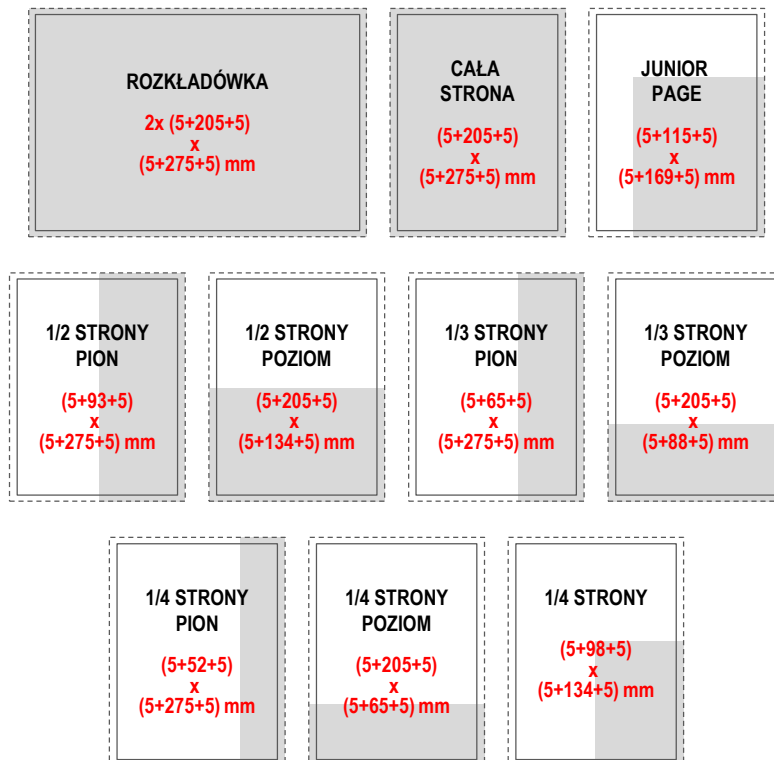
Średnie i wyższe wykształcenie: **87%**

Dochód gospodarstwa domowego powyżej 4 000 zł: **72%**

Miejsce zamieszkania – miasta powyżej 100 000 mieszk.: **33%**

GLAMOUR

Formaty i cennik



rozkładówka otwierająca	182 900 zł
rozkładówka	150 900 zł
II okładka	105 900 zł
III okładka	98 900 zł
IV okładka	127 900 zł
prawa strona	89 900 zł
lewa strona	84 900 zł
junior page	74 900 zł
1/2 strony prawej	64 900 zł
1/2 strony lewej	59 900 zł
1/3 strony prawej	54 900 zł
1/3 strony lewej	50 900 zł
1/4 strony prawej	46 900 zł
1/4 strony lewej	40 900 zł
wyspa	61 900 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.

GLAMOUR

Harmonogram wydawniczy

Numer wydania	Termin dostarczenia materiałów	Pierwszy dzień sprzedaży
2/2020	06.01.2020	21.01.2020
3/2020	05.02.2020	20.02.2020
4/2020	04.03.2020	19.03.2020
5/2020	01.04.2020	16.04.2020
6/2020	29.04.2020	14.05.2020
7/2020	03.06.2020	18.06.2020
8/2020	01.07.2020	16.07.2020
9/2020	05.08.2020	20.08.2020
10/2020	02.09.2020	17.09.2020
11/2020	07.10.2020	22.10.2020
12/2020-1/2021	04.11.2020	19.11.2020

GLAMOUR

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam

Format netto	205x275 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):
300%

Profile ICC:

okładki: ISO Coated v2_300 (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.

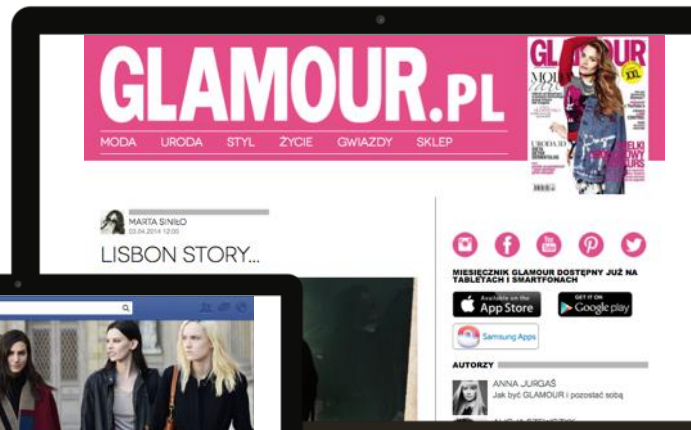
W razie pytań technicznych prosimy o kontakt: reklama.wroclaw@burdamedia.pl

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

GLAMOUR

Komunikacja 360°

glamour.pl
6 356 409 odsłon
1 340 025 unikalnych
użytkowników
(9.2019)



facebook
177 124 fanów
(9.2019)



instagram
133 000 follow
(9.2019)



Glamour
46 465 sprzedaż
855 630 czytelników

GLAMOUR

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.



GLAMOUR

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: 1730-2781



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

Renata Michalska

Senior Traffic Specialist
tel.: +48 22 36 03 710
mob.: +48 692 440 086
renata.michalska@burdamedia.pl