



Magazyn o pięknych domach,
zielonych ogrodach
i ciekawym życiu poza miastem,
wśród wysokich drzew

Pierwszy na rynku ekskluzywny,
starannie redagowany magazyn
promujący życie poza miastem

- Nakład: 42 000 egz. *
- Sprzedaż: ponad 24 750 egz.*
- Wierni czytelnicy: ponad 2 200 prenumeratorów
- Na rynku od 10 lat

Profil czytelnika:

Optymiści: 66% zadowolonych z życia

Osoby wymagające: 66% uważa, że warto zapłacić więcej za produkt dobrej jakości

Ceniący naturę : 57% wybiera produkty naturalne i ekologiczne



Nasi Autorzy



Lekarz weterynarii dr Dorota Sumińska radzi, jak pielęgnować, karmić i leczyć domowych pupili

41% * naszych czytelników posiada zwierzęta domowe



Dr Andrzej Kruszewicz opowiada o życiu i zwyczajach dzikich zwierząt

40% * naszych czytelników mieszka w domu z ogrodem



Witold Czuksanow - autor poradników, książek i artykułów o tematyce ogrodniczej radzi co robić by mieć piękny ogród i pielęgnować go w zgodzie z kalendarzem księżycowym



Zdrowie i uroda naturalnie

Potrawy z całego świata

Pomysły na sezonowe wypieki, sałatki, konfitury, nalewki

Zdrowy styl życia

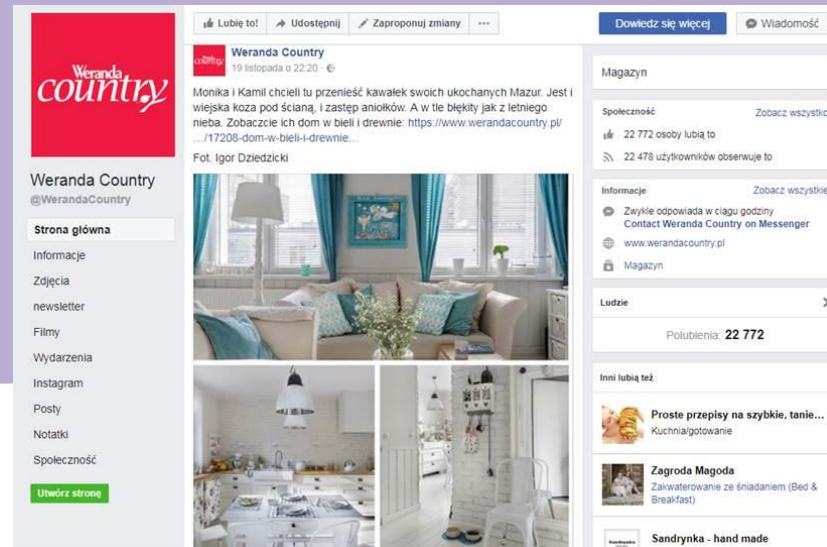
Naturalna pielęgnacja



67% * naszych
czytelników
przyrządza
przetwory



Strona www.werandacountry.pl



49 971 unikalnych użytkowników

187 200 odston miesięcznie

Fanów 22 767

Dlaczego prasa ?

Cennik reklam:

Rozkładówka otwierająca 44 000 zł

Rozkładówka 34 00 zł

II okładka 27 00 zł

III okładka 24 000 zł

IV okładka 34 000 zł

1 cała strona 22 000 zł

1/2 strony 12 000 zł

1/3 strony 10 000 zł

Inne niestandardowe reklamy na podstawie odrębnych kalkulacji.

Do cen należy dodać podatek VAT w obowiązującej stawce.

Reklamy modułowe :

6,5 na 6,5 cm 1000 zł

Insert – wycena indywidualna

BIURO REKLAMY WYDAWNICTWA TE-JOT

ul. Malczewskiego 19

02-704 Warszawa

tel.: +48 22 854 14 40

fax: +48 22 854 14 39

www.werandacountry.pl

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. 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. Reklama prasowa może wzmacniać i modyfikować wizerunek produktu.

4 Prasa dociera precyzyjnie - 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 zapachowej wiele innych, które zapadają w pamięć. Możliwości są niemal nieograniczone.

7 Prasa nie irytuje – z najnowszych badań wynika, że widownia telewizyjna jest poirytowana 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