

HOTELARZ

Dziesiąta edycja rocznego raportu opracowanego przez redakcję najpopularniejszego czasopisma branży hotelarskiej – miesięcznika HOTELARZ.



ZAWARTOŚĆ MERYTORYCZNA KATALOGU

- ▶ Wartość polskiego rynku inwestycji hotelowych.
- ▶ Jakie są rzeczywiste ceny obiektów hotelarskich?
- ▶ W jakich regionach i jakie hotele warto budować?
- ▶ Jak wprowadzić hotel na rynek – badania
- ▶ Jak sfinansować hotel – warunki kredytowe i podatkowe
- ▶ Franczyza nie taka straszna – jak zbudować i prowadzić hotel pod znaną marką
- ▶ Struktura hotelu – jak powinna wyglądać organizacja poszczególnych działów w hotelu.
- ▶ Hotelarski Social Media marketing
- ▶ SPA – jak stworzyć część SPA, aby przynosiła korzyści obiektowi
- ▶ Nowoczesne media w hotelu
- ▶ Analiza lokalizacji w praktyce
- ▶ **Architektura i Design**
- ▶ Aranżacja i wyposażenie poszczególnych części hotelu – lobby, pokoi, gastronomii, konferencji itd.

Przeznaczeniem publikacji jest pomoc inwestorom wkraczającym w branżę hotelarską, natomiast tym którzy od lat w niej działają, raport pozwoli uporządkować swoją wiedzę.

HOTELARZ

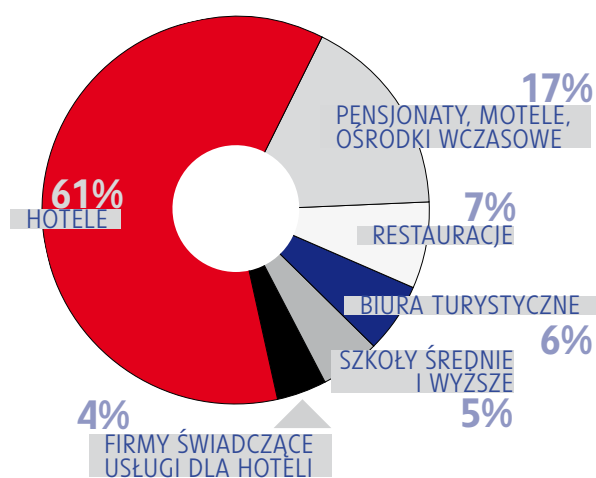
SPECYFIKACJA:

Nakład – 8.000 egzemplarzy

Schemat dystrybucji:

- ▶ jako dodatek do najpopularniejszego czasopisma branży hotelarskiej-miesięcznika „Hotelarz” (prenumerata płatna + salony EMPIK na terenie całego kraju)
- ▶ aktywna dystrybucja podczas najważniejszych targów branżowych: Invest-Hotel w Poznaniu, HoReCa w Krakowie, Euro-Gastro w Warszawie, WordHotel w Warszawie
- ▶ wśród inwestorów uczestniczących w szkoleniach Akademii Hotelarza i konferencji Hotel & Tourism Trends Poland
- ▶ **wysyłka promocyjna do bazy architektów i dekoratorów wnętrz.**
- ▶ wersja elektroniczna Raportu zostanie wysłana do bazy ponad 10 tys. odbiorców elektronicznego biuletynu „Hotelarza”
- ▶ roczna emisja wersji elektronicznej raportu na stronie głównej najpopularniejszego portalu hotelarskiego www.e-hotelarz.pl

Czytelnictwo na podstawie struktury prenumeratorów*



*opracowane na podstawie struktury bazy prenumeraty redakcyjnej pisma

PROFIL CZYTELNIKA HOTELARZA

Hotelarz czytany jest przede wszystkim przez kadrę zarządzającą i właścicieli hoteli, pracowników działów marketingu, inwestorów, a także biura podróży, restauratorów czy absolwentów szkół turystyczno-hotelarskich.

Sporą grupę czytelników stanowi także kadra kierownicza firm produkujących i dystrybuujących produkty i usługi do obiektów hotelarskich.

HOTELARZ

CENNIK REKLAM 2020

OGŁOSZENIA KOLOROWE

Formaty reklam	Moduł	Format netto w mm (po obcięciu)	Format brutto w mm („na spad”)	Cena w PLN	
OKŁADKI	II strona	1A	210 x 297	218 x 305	12 500
	III strona	1A	210 x 297	218 x 305	9900
	IV strona	1A	210 x 297	218 x 305	14 900
rozkładówka pod I okładką ze zkrzydełkiem			441 x 297	451 x 307 (ze spadami po 5 mm)	22 290
rozkładówka	R	420 x 297		428 x 305	16 590
1 strona prawa do str. 15	1A	210 x 297		218 x 305	10 500
1 strona prawa	1A	210 x 297		218 x 305	7950
1 strona lewa	1A	210 x 297		218 x 305	6950
junior page		132 x 200		140 x 208	5990
1/2 strony pion	2A	100 x 297		108 x 305	4950
1/2 strony poziom	2B	210 x 140		218 x 148	4950
1/3 strony pion	3A	72 x 297		80 x 305	4250
1/3 strony poziom	3B	210 x 90		218 x 98	4250
1/3 strony	3C	132 x 135		140 x 143	4250
1/4 strony pion	4A	103 x 135		111 x 143	3750
1/4 strony poziom	4B	210 x 63		218 x 71	3750
1/6 strony pion	6A	73 x 135		81 x 143	3150
1/6 strony poziom	6B	210 x 43		218 x 51	3150

TEKSTY I ELEMENTY GRAFICZNE ODSUNIĘTE OD BRZEGÓW FORMATU NETTO – 6 MM.

DOPLATY

Dopłata za wybór miejsca na stronie • za wyłączność na stronie	+20% • +20%
Insert luzem do 30 g	4950 PLN
Opracowanie graficzne reklam kolorowych	350 PLN

RABATY

• dla prenumeratorów – 2% • za płatność przed emisją – 2% • agencyjny – 10%

Ilość emisji	3	6	9	12
Zniżka	6%	12%	18%	24%

Dopłaty i rabaty dotyczą reklam kolorowych. Rabatów nie sumuje się. Niestandardowe formaty podlegają indywidualnej wycenie.

UWAGA! Insety płatne przed emisją. Dla insertów o wadze przekraczającej 30 g stosuje się indywidualną kalkulację cen.

DANE TECHNICZNE

Dostarczenie materiałów: płyta CD w formacie ISO lub e-mail; ftp.
 Format: pliki wektorowe EPS (fonty zamienione na krzywe), pliki bitmapowe EPS, TIF – CMYK, min. 300 dpi;
 Istnieje możliwość spakowania reklamy zipem. Wszystkie materiały **muszą mieć dokładny format netto i brutto**, pliki elektroniczne **muszą posiadać pasery** i znaki formatowe w formacie netto. **Teksty i elementy graficzne odsunięte od brzegów formatu netto – 6 mm.**
 Do wszystkich materiałów powinien być dołączony **cromalin lub matchprint.**

WARUNKI PŁATNOŚCI

Nr konta: 60 1160 2202 0000 0000 3948 2022. Podstawą realizacji zamówienia jest podpisanie umowy.

DZIAŁ REKLAMY

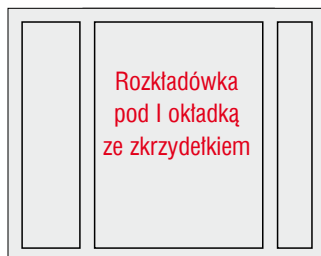
Małgorzata Grenda:
 m.grenda@pws-promedia.pl
 tel. +48 (022) 333 88 02,

Wioleta Wiater:
 w.wiater@pws-promedia.pl
 tel. +48 (022) 333 88 10

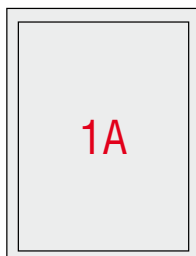
e-mail: reklama@pws-promedia.pl

HOTELARZ

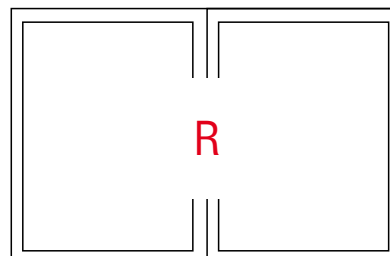
moduły reklamowe



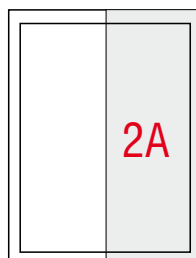
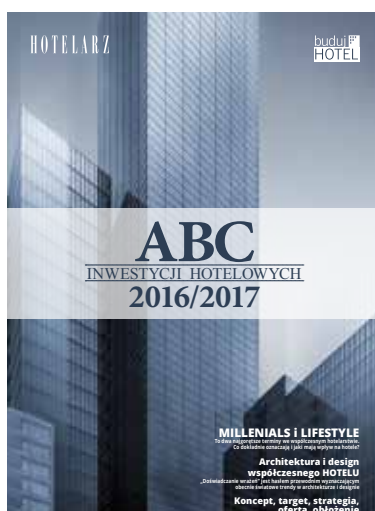
Format brutto (ze spadami po 5 mm):
451 mm x 307 mm



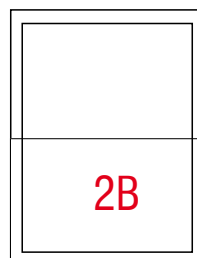
1 strona (210x297)
+ spady (218x305)



spread (420x297)
+ spady (428x305)



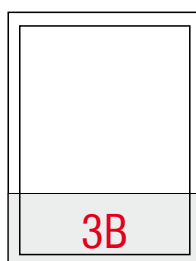
1/2 page (100x297)
+ spady (108x305)



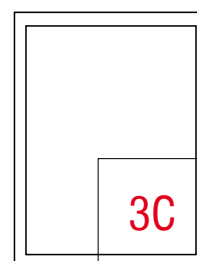
1/2 page (210x140)
+ spady (218x148)



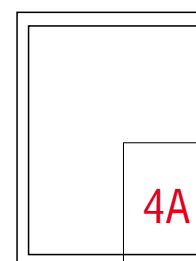
1/3 page (72x297)
+ spady (80x305)



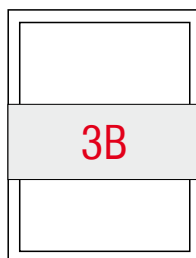
1/3 page (210x90)
+ spady (218x98)



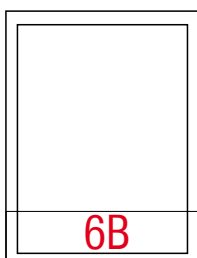
1/3 page (132x135)
+ spady (140x143)



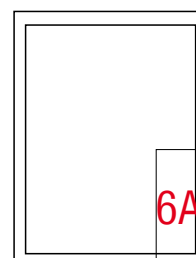
1/4 page (103x135)
+ spady (111x143)



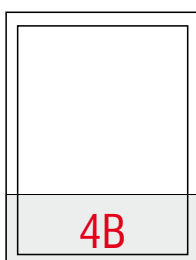
1/3 page (210x90)
+ spady (218x98)



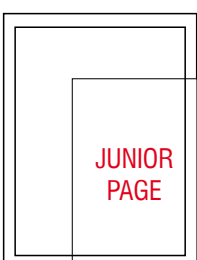
1/6 page (210x43)
+ spady (218x51)



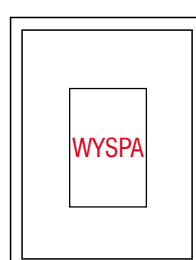
1/6 page (73x135)
+ spady (81x143)



1/4 page (210x63)
+ spady (218x71)



junior page (132x200)
+ spady (140x208)



wyspa (86x143)