

farmaci

Farmaci udgives af Danmarks Apotekerforening og er det førende fagblad for den sundhedsfaglige og fagpolitiske debat på landets apoteker.

Farmaci bliver læst flittigt af apotekerne, farmaceuterne og farmakonomerne og rammer på den måde alle medarbejderne på apoteket. Artiklerne i bladet sætter fokus på apoteksfarmacien og apoteksdriften med alt, hvad det indebærer, fra både teoretiske og praktiske vinkler. Erfaringsudveksling og debat om aktuelle fagspørgsmål har en central placering i Farmaci. Bladet lægger også meget vægt på sundhedspolitiske emner. Det er redaktionens mål, at Farmacis blanding af interviews, baggrundsartikler og temaer også læses med stor interesse i det øvrige sundhedsvæsen.

Farmaci er meget velegnet til specifikke produktannoncer og imageskabende annoncering. Årsagen er, at Farmaci både læses af brugere og indkøbere på landets apoteker, meningsdannere og blandt landets sundhedspolitiske beslutningstagere med afgørende indflydelse på brug af og information om håndkøbsmedicin og receptpligtige lægemidler.

Farmaci er et indbydende og troværdigt medie for de læsere, der ønsker at følge udviklingen på de danske apoteker.

Farmaci er medlem af Danske Specialmedier, og derfor bliver magasinet oplag kontrolleret af Specialmediernes Oplagskontrol (FMK). For at kunne levere solide informationer om vores ca. 7.000 læsere gennemfører vi jævnligt læseranalyser af Farmaci.

Redaktion



Erik Harr
Kommunikationsdirektør og ansv. redaktør

Farmaci
Danmarks Apotekerforening
Kanonbådsvej 10
1437 København K
Telefon 33 76 76 00
farmaci@apotekerforeningen.dk
www.farmaci.dk

Annoncesalg

DG Media a/s Tlf. +45 70 27 11 55
St. Kongensgade 72 Fax +45 70 27 11 56
1264 København K epost@dgmedia.dk

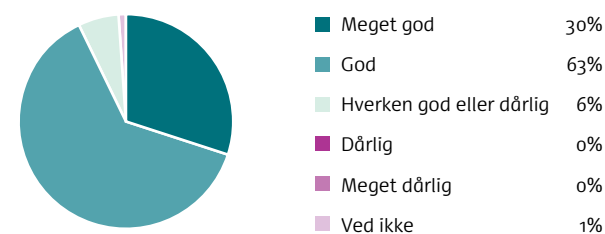


WWW.DGMEDIA.DK

Den typiske læser af Farmaci er...

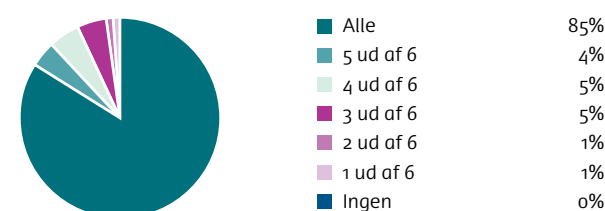
...en kvinde (69%) mellem 45-59 år (43%). Hun mener, at Farmaci er godt/meget godt (93%) og læser alle numre af Farmaci (85%). Hun gemmer min. halvdelen af Farmacis udgivelser (51%) og deler bladet med andre (59%). 68% af læserne læser halvdelen af bladet eller mere og bruger i gennemsnit 27 minutter på at læse hver udgave.

Den samlede bedømmelse af Farmaci



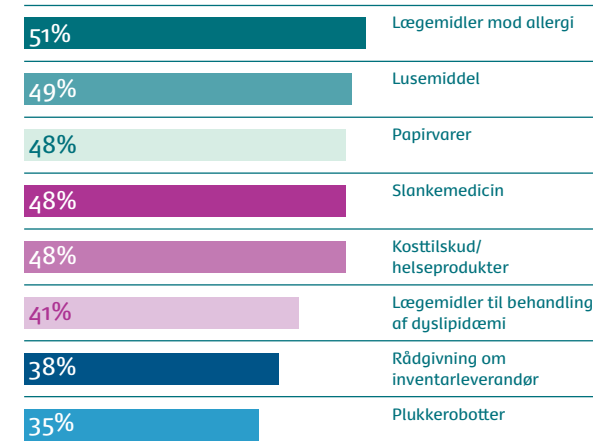
93% af læserne vurderer den samlede bedømmelse af Farmaci meget god/god.

Hvor mange numre af Farmaci læser du?



89% af læserne er loyale læsere.

Andel læsere, der er beslutningstagere inden for...



Kilde

Ovenstående er fra en læseranalyse af Farmaci nr. 4 - 2010 udarbejdet af Epinion i samarbejde med DG Media as.

Priser

Tekstsiderannoncer	
1/3 side: kr. 7.300 B: 179 x H: 85 mm	1/3 side: kr. 7.300 B: 57 x H: 265 mm
1/2 side: kr. 10.400 B: 179 x H: 132 mm	1/2 side: kr. 10.400 B: 90 x H: 265 mm
1/4 side: kr. 17.200 B: 179 x H: 265 mm	S. 2, 4 eller 9: kr. 20.200 B: 210 x H: 297 mm + 5 mm til beskæring
Opslag: kr. 26.900 B: 420 x H: 297 mm + 5 mm til beskæring	Bagsiden: kr. 20.900 B: 150 x H: 297 mm + 5 mm til beskæring

Farvetillæg

Alle priser er inkl. farver

Tillæg

Side 11 og 3. omslag	+ 15%
Til-kant-tillæg	+ 10%
Særplacering	+ 10%

Indstik

Det er muligt at sende direct mails, brochurer, indbydelser, kataloger etc. ud via magasinet. Dette kan gøres i hele magasinet oplag eller en lille del af magasinet oplag. Kontakt venligst DG Media for tilbud.

Rabatter

Gentagelsesrabat

3 indrykninger	5% rabat
5 indrykninger	10% rabat
8 indrykninger	15% rabat

Frekvensrabat

Indryk 5 annoncer i forlængelse af hinanden og betal for 4. Kan ikke kombineres med andre rabatter.

Storkunderabat

5% storkunderabat ved en årlig omsætning på mindst kr. 75.000.

Al rabat forudsætter samlet bestilling, og at annoncerne indrykkes inden for 12 måneder.

Udgivelsesplan 2012

Bladnr.	Bestillingsfrist	Materialefrist	Udkommer
1	13. december '11	20. december '11	6. januar
2	17. januar	26. januar	3. februar
3	14. februar	23. februar	2. marts
4	13. marts	27. marts	4. april
5	16. april	25. april	3. maj
6	15. maj	24. maj	1. juni
7	17. juli	26. juli	3. august
8	14. august	30. august	7. september
9	18. september	27. september	5. oktober
10	16. oktober	25. oktober	2. november
1/13	11. december	20. december	4. januar '13

Godtgørelse

Til reklame- og mediabureauer ydes 3% materiale godtgørelse for levering af færdigt materiale. Herudover ydes der 2% informations- og sikkerhedsstillelse til mediabureauer, der er godtgørelsesberettigede jf. DRRBs liste.

Annoncemateriale

Annoncemateriale til print skal leveres som trykklar PDF (min. 300 dpi, CMYK). Materialet kan sendes til DG Media på epost@dgmedia.dk (maks. 20 MB) eller via ftp-server. Kontakt DG Media om dette. For yderligere tekniske detaljer om krav til annoncemateriale se www.dgmedia.dk.

Oplag

Kontrolleret af Specialmediernes Oplagskontrol (FMK) i perioden 1. juli 2010 til 30. juni 2011:

Foreningsabonnenter	251
Abonnement / betalt	125
Abonnement / delvist betalt	364
Gratis distribuerede eksemplarer	207
Distribueret i Danmark	947
Distribueret i udland	71
Distribueret i alt	1.018

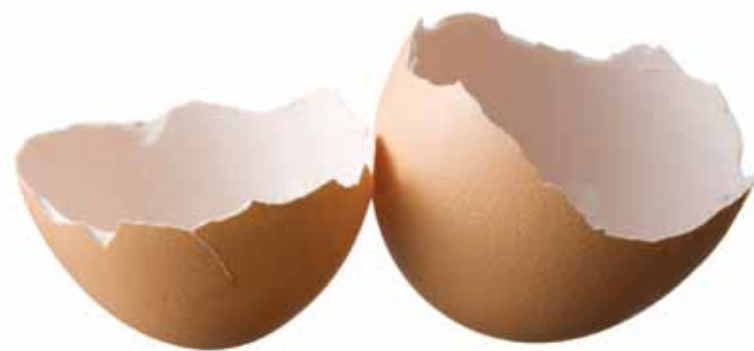
Læs mere
om vores mange
andre magasiner på
dgmedia.dk

Farmací



FIP-kongres 2011
i Indien
Side 6 - 13

Osteoporose:
Få gang i kampagnen
Side 20 - 21



apotek



Skandinaviens største mediehus
– mere end 110 magasiner
Måltrettede medier • Effektive annonsepakker
Bedre kontaktpriser • Dokumenteret effekt

Betingelser

Priser og betalingsbetingelser

Alle priser er ekskl. moms. Enhver annonce faktureres umiddelbart efter udgivelsen/periodestart. Betalingsfristen er netto kontant 10 dage efter udgivelsesdato/periodestart. Såfremt betalingsfristen overskrides, påregnes et rentetilæg på 2% pr. påbegyndt måned. I visse tilfælde kan DG Media as kræve, at annoncen betales forud. Rabat ydes ikke af tillægspriser.

Reklamation

DG Media as eller mediet påtager sig ikke ansvar for fejl i annoncer, som er indrykket i overensstemmelse med bestillerens angivelser. Det gælder også materiale modtaget fra andre medier, materiale der ikke er i overensstemmelse med de tekniske data, eller hvis materialefristen overskrides.

For trykfejl, forkerte størrelser, tidspunkter etc. som annoncøren eller bureauet ikke bærer ansvaret for, ydes en reduktion efter DG Medias skøn, der højst kan beløbe sig til annoncens pris og for indrykninger i mediet. Reklamationer over trykfejl, fejl ved farven eller lignende skal være DG Media as i hænde senest 5 dage efter annoncens indrykning.

Indrykkes en annonce flere gange med samme fejl, uden at DG Media as modtager reklamation, ydes eventuel dekort kun for den første indrykning.

Erstatningskrav kan ikke gøres gældende over for DG Media as eller over for mediet for fejlagtig, forsinket eller manglende indrykning af de bestilte annoncer eller eventuelle følger af sådanne fejl.

Annulering

Eventuelle annulleringer skal ske skriftligt til DG Media as senest 5 hverdage før bestillingsfristen. Annoncer, hvortil særplacering er bestilt, kan ikke annulleres uden forudgående aftale med DG Media as.

Øvrige bestemmelser

DG Media as forbeholder sig ret til at afvise annoncer, der strider mod mediets retningslinjer, eller imod gældende love og bestemmelser. Annonceordrer, til hvilke der er knyttet betingelser om tekstomtale, afvises. Enhver annonce, som kan forveksles med redaktionel tekst, skal for annoncørens regning øverst forsynes med ordet "annonce" oven over en streg i hele annoncens bredde. Der tages forbehold for trykfejl.