

Plan de Contenidos 2010

www.bodylifespain.com

body • LIFE[®]

España



Nº9. Válido a partir del 1 de enero 2010

Datos Generales	3
Descripción.....	4
Impresión, suplementos, oportunidades especiales de publicidad	5
Política de precios	6
Información del material	7
Formatos y tarifas	8+9
Programa / Calendario editorial	10+11
body LIFE, cobertura internacional.....	12
Ferias del Grupo Health and Beauty	13
Condiciones generales.....	14+15

Datos Generales

Editorial: Health and Beauty Marketing Spain SLU
Una empresa del Grupo Health and Beauty Holding GmbH & Co.KG

Dirección: Ctra. Húmera 92B Ofic. 26
28224 Pozuelo de Alarcón - Madrid

Teléfono: +34 91 222 13 75

Fax: +34 91 448 54 64

Web: www.health-and-beauty.es

Director Internacional: Olaf Schneider
olaf.schneider@health-and-beauty.com
+49 (0) 721 165 136 / + 49 (0) 1752989128

Directora para España: Helena de la Joya
helena.joya@health-and-beauty.es

Publicidad: Helena de la Joya
+34 91 222 13 75 / +34 619 07 03 08
helena.joya@health-and-beauty.es

Redacción: Natalia Cuenca
+34 91 222 13 75
natalia.cuenca@health-and-beauty.es

Beatriz Chillón
redaccion@health-and-beauty.es

Datos Bancarios: La Caixa
2100 4128 89 2200158663
IBAN ES20 2100 4128 89 2200158663
BIC/CODIGO SWIFT CAIXESBBXXX

CIF: B83187591

Forma de pago: Fecha de emisión de la factura (fecha de publicación), mediante domiciliación, cheque o transferencia bancaria.

Descripción

1. Resumen

body LIFE es la revista de fitness más conocida entre los gimnasios y clubes de fitness españoles. El concepto redaccional de body LIFE está dirigido a un público objetivo que abarca principalmente a aquellas personas que toman las decisiones en el sector del fitness. Ofrecemos información de todo lo que es interesante para el lector en colaboración con redactores técnicos especializados en el mercado tanto a nivel nacional como internacional. Las secciones que se incluyen dentro del programa redaccional de body LIFE son: Novedades e Innovación, Gestión, Marketing, Ciencia y Nutrición, Salud y Wellness, entre otras. Su cuidado diseño, el elevado número de lectores y un contenido de alto interés han convertido a body LIFE en la revista técnica líder del mercado español de fitness. Además, a través del éxito de las demás ediciones de body LIFE en el extranjero, nos hemos posicionado como número uno en el mercado a nivel internacional.

2. Periodicidad: 10 números por año

3. Año: Año 9 2010

4. Web: www.bodylifespain.com

5. Miembros colaboradores

Federación Europea de Editoriales de Revistas (FAEP)

Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)

Federación Internacional de Publicaciones Periódicas (FIPP)

The European Health & Fitness Association (EHFA)

Asociación Española de Coaching Deportivo (AECODE)

6. Análisis de la distribución

Público Objetivo		body LIFE
Gimnasios y Clubes de fitness	72%	4.320
Instalaciones deportivas municipales	14%	840
Centros Wellness. Spa, Balnearios	8%	480
Asociaciones y cadenas hoteleras	5%	300
Archivo	1%	60
TOTAL		6.000
Tirada adicional para ferias del sector		2.000
Especial Hotel		10.000
Especial Medical Fitness		3.000

7. Público objetivo

La revista técnica body LIFE se dirige principalmente a las personas con poder de decisión en el sector del fitness: a los propietarios y directores o gerentes de los clubes de fitness, gimnasios, instalaciones deportivas, spas, centros wellness, grandes cadenas hoteleras y asociaciones del sector.

Impresión, suplementos, oportunidades especiales de publicidad

1. Ejemplares

6.000

Consultar distribución tiradas adicionales.

2. Formato

230 x 310 mm

3. Impresión y encuadernación

Offset, color según escala europea, encuadernación rústica fresada.

4. Packs

Se pueden obtener atractivos descuentos por la contratación de publicidad en otras revistas del grupo Health and Beauty. Consulte a nuestro representante.

5. Encartes encuadernados y/o sueltos

Consultar precios por páginas.

6. Postales / Muestras (pegadas)

Consultar página 8

7. Dirección de entrega de encartes

National Post

C/ Martillo, 30 Pol. Ind. Santa Ana

Rivas Vaciamadrid, 28529 Madrid

España

Política de Precios

Descuentos

Los siguientes descuentos se aplican a los anuncios dentro de un período de 12 meses (el período se inicia con la aparición del primer anuncio).

Los descuentos se aplican sobre los precios de tarifa.

Descuentos por frecuencia

5 publicaciones	5%
10 publicaciones	10%

Descuentos por cantidad

5 páginas	5%
10 páginas	10%
15 páginas	15%

Descuento agencia

10% sobre neto del cliente

Costes por encuadernación, manipulación y encolado de encartes no están sujetos a descuentos.

Información del material

Envío por e-mail

Si desea enviar su anuncio por e-mail, puede remitirlo en alta resolución a marketing@health-and-beauty.es

Formatos de archivos

In Design	Photoshop
EPS	JPG
TIF	PDF

Todas las fuentes, gráficos e imágenes usadas deben estar en archivos abiertos. Salvar las imágenes en EPS, JPG o TIF.

Por favor, enviar sólo aquellas imágenes, logotipos, etc. que vayan a ser utilizados por nosotros.

El archivo deberá estar en formato de tamaño final (100%).

Resolución mínima 300 dpi.

No ajustar los textos al borde la imagen.

La empresa no se hace responsable del formato, tamaño y color enviados por vía digital. El envío de prueba de color es indispensable.

Nombre del archivo de publicidad

Nombre del cliente, bodyLIFE, edición.

Ejemplo: `nombredelcliente_bodylife_0110`

Para cualquier consulta, indicar el nombre y el número de teléfono de la persona de contacto.

Formatos y Tarifas de Publicidad / Format and Advertisement Rates

Formatos Formats	Dimensiones Size		Precios Rates	
	a caja box	a sangre ¹ bleed	b/n b/w	4 colores 4 colour
 Portada Cover	149 x 219 mm			2.392€
 1/1 página 1/1 page	200 x 280 mm	230 x 310 mm		1.185 €
 2/3 página vertical 2/3 vertical page	133 x 280 mm	148 x 310 mm		832 €
 1/2 página vertical 1/2 vertical page	98 x 280 mm	113 x 310 mm		718 €
 1/3 página vertical 1/3 vertical page	64 x 280 mm	79 x 310 mm		478 €
 1/2 página horizontal 1/2 horizontal page	200 x 138 mm	230 x 158 mm		718 €
 1/3 página horizontal 1/3 horizontal page	200 x 91 mm	230 x 111 mm		478 €
 1/4 página horizontal (faldón) 1/4 horizontal page	200 x 67 mm	230 x 87 mm		356 €

Formatos y Tarifas de Publicidad / Format and Advertisement Rates

Formatos Formats	Dimensiones Size		Precios Rates	
	a caja box	a sangre ¹ bleed	b/n b/w	4 colores 4 colour
 1/4 página bloque 1/4 page box	98 x 138 mm			356 €
Díptico de portada Cover butterfly	Formato por requerimiento			Consultar
Interior de portada Inside cover		230 x 310 mm		1.794€
Interior de contraportada Inside backcover		230 x 310 mm		1.435 €
Díptico interior contraportada Inside backcover butterfly		230 x 310 mm		3.295€
Contraportada Backcover		230 x 310 mm		3.583 €

¹ incluir 6 mm para el corte.

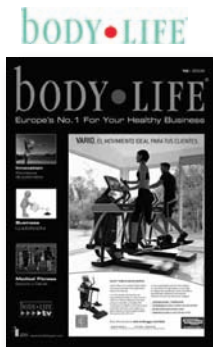
Indice	Datos generales	Descripción	Impresión, suplementos...	Política de precios	Información del material	Formatos y tarifas	Programa Calendario editorial	Presencia internacional	Condiciones Generales
						Fechas de cierre Due Dates		Fecha de Publicación Publication Date	
Edición Issue	Temas principales Main Subjects Themes			Ferias Trade shows	Redacción Redaction	Publicidad Advertising			
Enero 01/10 January	Prepárate en tiempo de crisis; análisis DAFO Get prepared for crises times: SWOT analysis	Panorámica de Mercado: Press de hombro Market overview: Shoulder Press			05/12/09	12/12/09		4/01/10	
Febrero 02/10 February	Sistema de indicadores para controlar la gestión Management control systems	Panorámica de Mercado: Novedades cardio Market overview: Cardio new launches	FITNESS, Madrid		11/01/10	15/01/10		1/02/10	
Marzo 03/10 March	Publicidad selectiva. La publicidad que funciona Selective advertising. Advertising that works	Panorámica de Mercado: Medidores de presión arterial Market overview: Arterial Pressure Measurement			8/2/10	12/02/10		1/03/10	
Abril 04/10 April	Entrenamiento mental de equipos de trabajo Mental training for team members	Panorámica de Mercado: Materiales y equipamientos para clases colectivas Market overview: Material and equipment group classes	FIBO, Essen / Alemania		1/03/10	15/03/10		5/04/10	
Mayo 05/10 May	Salud y trabajo en tiempos de recesión Health and Business in recession times	Panorámica de Mercado: Bicicletas acuáticas Market overview: Acuatic Bikes	Sports Unlimited / Valencia		9/04/10	15/04/10		3/05/10	

				Fechas de cierre Due Dates		Fecha de Publicación Publication Date
Edición Issue	Temas principales Main Subjects Themes		Ferias Trade shows	Redacción Redaction	Publicidad Advertising	
Junio 06/10 June	Marketing on-line Marketing on-line	Panorámica de Mercado: Pilates Market overview: Pilates		7/04/10	14/05/10	1/06/10
	Especial Medical Fitness			7/04/10	14/05/10	1/06/10
Julio/ Agosto 07/10 July/ August	Nuevos enfoques en la actitud empresarial New focus in Business attitude	Panorámica de Mercado: Equipamiento polivalente Market overview: Polyvalent equipment		4/06/10	14/06/10	12/07/10
	Especial Hoteles / Salud y belleza en hotel. Temporada de verano Health and beauty at the hotel for summer season			4/06/10	14/06/10	12/07/10
Septiembre 08/10 September	Nuevos enfoques en la actitud empresarial New focus in Business attitude	Panorámica de Mercado: Maquinaria apta para discapacitados Market overview: Equipment suitable for the disabled		23/07/10	16/08/10	6/09/10
Octubre 09/10 October	Entrenamientos para deportes de invierno Training for winter sports	Panorámica de Mercado: Mancuernas Market overview: weights	European Fitness Summit, Barcelona	6/09/10	14/09/10	4/10/10
Nov-Dic 10/10 Nov-Dic	Ganar clientes en Navidad Gain customers in Christmas	Panorámica de Mercado: Software para SPA Market overview: SPA Softwares	European Fitness Summit, Madrid	11/10/10	15/10/10	15/11/10
	Especial Hoteles / Salud y belleza en el hotel. Temporada de invierno Health and beauty at the hotel for winter season			11/10/10	15/10/10	15/11/10

Un concepto convincente

El concepto de la revista profesional body LIFE está extendido a nivel europeo como la número 1 en el sector del fitness. La revista body LIFE España es la más conocida en los clubes de fitness. Gracias a los joint ventures, body LIFE está presente en otros mercados europeos: Alemania, Polonia, Suiza, Francia y los países de Benelux (Bélgica, Holanda y Luxemburgo).

El boom del fitness ha llegado a todos estos países. Les invitamos a que tomen un camino directo y fácil para potenciar sus actividades internacionales. El cuidado concepto de body LIFE les garantiza que sus anuncios también lleguen al público objetivo de estos lugares. Los contenidos redaccionales son tenidos en cuenta a través de peticiones nacionales. Utilice nuestros medios de comunicación para cubrir estos mercados. body LIFE trabaja para su éxito, siendo la número 1 en Europa.



body LIFE
Edición España



body LIFE
Edición Alemania



body LIFE
Edición Polonia



body LIFE
Edición Suiza



body LIFE
Edición Benelux

Ferias del Grupo Health and Beauty 2010

 BEAUTY & CARE (WK) TURKEY, Istanbul	11.–14.03.2010	www.interteks.com
 BEAUTY FORUM SWISS, Zurich	06.–07.03.2010	www.beauty-fairs.ch
 BEAUTY FORUM SLOVAKIA, Trencin	11.–13.03.2010	www.expocenter.sk
 BEAUTY FORUM POLAND, Warsaw	13.–14.03.2010	www.beauty-fairs.com.pl
 BEAUTY FORUM HUNGARY, Budapest	24.–25.04.2010	www.beauty-fairs.hu
 BEAUTY FORUM GREECE, Athens	15.–17.05.2010	www.beautygreece.gr
 BEAUTY FORUM AUSTRIA, Salzburg	SEPTEMBER 2010	www.beauty-fairs.at
 BEAUTY FORUM ITALY, Verona	11.–12.09.2010	www.beauty-forum.it
 BEAUTY FORUM MÜNCHEN, Munich	16.–17.10.2010	www.beauty-fairs.de
 BEAUTY FORUM HAIR & SPA, Budapest	06.–07.11.2010	www.beauty-fairs.hu
 BEAUTY CONGRESS GREECE, Athens	NOVEMBER 2010	www.beautygreece.gr
 BEAUTY FORUM MACEDONIA, Thessaloniki	DEZEMBER 2010	www.beautygreece.gr

Contrato de Publicidad

Condiciones generales para la contratación de páginas de publicidad y encartes en la revista body LIFE.

Cláusula primera El presente contrato de publicidad hace referencia al acuerdo que se establece para la publicación de uno o más anuncios en nuestro medio de comunicación, con el fin de difundir su contenido.

Cláusula segunda Por regla general, consistirá en campañas publicitarias de un año de duración a contar desde la aparición del primer anuncio.

Cláusula tercera Una vez cerrado el contrato de publicidad, el cliente tiene derecho a ampliarlo con otros anuncios, siempre que se respeten los plazos de entrega previstos.

Cláusula cuarta Si el contrato no se cumple según las condiciones pactadas, el cliente, sin perjuicio de otras obligaciones eventuales, tiene que reintegrar a la editorial la diferencia entre la contratación concedida y la efectiva. Esta devolución sería improcedente en aquellos casos en los que el incumplimiento estribase en una fuerza mayor que implicase gran riesgo para la editorial.

Cláusula quinta Los contratos de páginas publicitarias y otros encartes, que deben ser publicados en determinados números, en ediciones concretas o con una ubicación específica dentro de la revista, deben ser entregados a la editorial dentro de las fechas de cierre de publicidad establecidas por la misma (por lo general, fechas publicadas anualmente en el folleto donde se incluyen el plan de contenidos y las tarifas de publicidad); de tal forma que el cliente pueda comunicar antes de la fecha de cierre, cuando el contrato no haya de llevarse a cabo de este modo. Las publicidades firmadas serán reproducidas con la consiguiente rúbrica sin que para ello sea necesario un acuerdo expreso.

Cláusula sexta Los anuncios de texto son anuncios que limitan al menos por tres de las partes con el texto y no con otros anuncios. Los anuncios que, debi-

do a su estructura, no se reconocen como anuncios llevarán el distintivo de “publicidad” en algún lugar destacado.

Cláusula séptima Para efectuar el cómputo de las cantidades contratadas se calcularán las líneas de texto conforme a su equivalencia como página publicitaria.

Cláusula octava La editorial se reserva el derecho de desestimar contratos de publicidad y/o encartes por motivos de contenido, procedencia, o bien por las dimensiones u otros aspectos técnicos según los principios objetivos y justificados de la editorial o de la redacción, cuando dichos contenidos atenten contra leyes o disposiciones oficiales, o su publicación resulte inaceptable para la editorial. Igualmente, esto es aplicable para los contratos que sean insertados por departamentos de prensa u otras empresas de similar índole. Los contratos de encartes, por su parte, están sujetos a la aprobación de la editorial sólo después de la presentación de un modelo del encarte. No se aceptarán aquellos encartes que por su formato puedan producir la sensación al lector de que se trata de una parte esencial o integrante de la revista. El rechazo de un contrato de publicidad se comunicará inmediatamente al cliente. Éste, por su parte, está obligado a compensar a la editorial por los posibles perjuicios que deriven de la publicación de los anuncios o de la divulgación de los encartes mencionados anteriormente y cuyo contenido atente contra leyes o instituciones oficiales. El cliente ha de eximir a la editorial de todos los derechos por daños y perjuicios que puedan ser causados a terceros por el contenido y/o presentación de los anuncios.

Cláusula novena El cliente es responsable del envío a tiempo del texto de las páginas publicitarias y/o de los encartes, así como de la elaboración del arte para que pueda ser publicado. La editorial exigirá la sustitución inmediata del arte en caso de que el soporte técnico del anuncio claramente no sea el apropiado o esté deteriorado. La editorial garantiza una calidad de impresión habitual para cada revista y siempre dentro de las posibilidades que ofrece el soporte facilitado por el cliente.

Cláusula décima El cliente dispondrá como máximo de un plazo de dos semanas, después de la publicación o distribución de la revista, para indicar por escrito las deficiencias evidentes del cumplimiento del contrato. La editorial no asume la responsabilidad de que existan errores de comunicación cuando se transmiten anuncios o cualquier modificación de los mismos por teléfono. La editorial garantiza una calidad de impresión acorde con las características del arte facilitado por el cliente. En caso de que el anuncio haya sido publicado con deficiencias, el cliente tiene derecho a reclamar una reducción de la tarifa publicitaria o a sustituir el anuncio. Se excluyen los derechos por daños y perjuicios con excepción de los que recaen sobre nosotros o nuestros representantes, siempre y cuando sean producidos por negligencia leve. Del mismo modo, no se excluyen los derechos por daños y perjuicios, cuando afectan a la editorial y/o a sus representantes y son producidos con premeditación o debido a una infracción grave.

Cláusula decimoprimer Sólo se facilitarán pruebas finales si se solicita de manera expresa. La calidad y las correcciones del arte de publicidad enviado son responsabilidad del cliente. La editorial tomará en consideración todas las correcciones que le sean comunicadas en el envío de las pruebas, siempre que se respeten los plazos de cierre establecidos.

Cláusula decimosegunda Siempre y cuando no se facilite ninguna observación adicional, el coste de la reproducción será fijado según el anuncio solicitado.

Cláusula decimotercera En caso de que el cliente no efectúe el pago adelantado, éste dispondrá de 30 días, a partir de la fecha de publicación del anuncio, para liquidar dicha factura, a menos que exista un caso puntual en el que se acuerde otro plazo. En la lista de precios se han considerado descuentos eventuales para algunos casos puntuales de prepago.

Cláusula decimocuarta En caso de demora en la liquidación del pago por parte del cliente, la editorial tiene el derecho de cobrar unos intereses preestablecidos por la misma. Esta medida no es incompatible con otros derechos por da-

ños y perjuicios que se deriven del retraso en el pago de la factura. Debido a la demora en la liquidación, la editorial puede aplazar la ejecución del contrato vigente hasta que se haga efectiva la factura, y requerir el pago por adelantado para el resto de los anuncios de la campaña publicitaria. En caso de que existan fundamentos objetivos que pongan en duda la capacidad solvente del cliente, la editorial se reserva el derecho de suspender la aparición de otros anuncios, sin la consideración de los plazos convenidos originariamente, al pago previo del importe o facturas pendientes.

Cláusula decimoquinta La editorial hace entrega de una factura o, si se solicita de manera expresa, de un justificante de anuncio. Según el tipo y el volumen del contrato publicitario se facilitará exclusivamente la parte correspondiente al anuncio, páginas relativas al mismo o números completos. En caso de que resulte imposible facilitar un ejemplar de la revista al cliente, se le hará entrega de un certificado en el que conste la publicación y difusión del artículo.

Cláusula decimosexta Los costes para la realización completa de un anuncio publicitario solicitado por el cliente o la modificación de uno previamente elaborado corren por cuenta del cliente.

Cláusula decimoséptima En el caso de los anuncios por palabras, la editorial pone a disposición los recursos ordinarios para el depósito y transmisión de las ofertas. Pueden enviarse a la editorial por medio del correo normal, como carta certificada o urgente, o mediante correo electrónico: infoes@health-and-beauty.es. Éstos se conservarán durante 8 semanas. Las comunicaciones que no se recojan durante ese plazo se destruirán. La editorial no está obligada a reenviar esta documentación, a pesar de ello, la editorial reenviará aquellos documentos que representen un cierto valor.

Cláusula decimoctava Los artes de publicidad sólo se reenviarán al cliente si éste lo solicita de manera expresa. La obligación de conservarlos termina 3 meses después de concluir el contrato. **Cláusula vigésima** El lugar para el cumplimiento del pago corresponde a la sede de la editorial.