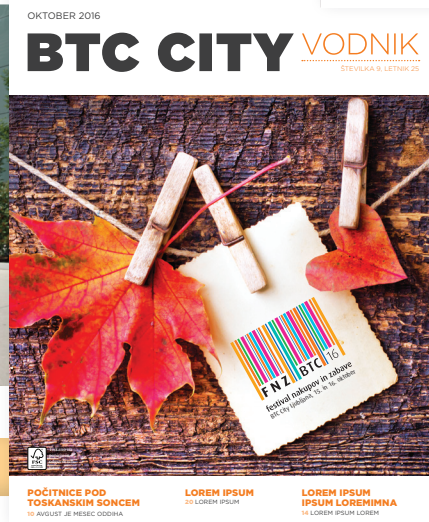


ADVERTISING

PRICE LIST **BTC CITY VODNIK**



CONTINUING
WITH THE NEW
LOOK.



ZGOVORNO Z MAJO OVEN

ZGOVORNO | 16
www.btc-city.com, FB: BTCcity

PIAROVEC POMENI BREZPOGOJNO PREDANOST

Je človek, ki o družbi BTC ve veliko, skoraj vse. Enako dobro, kot se znajde pred predstavniki sedme sile, se znajde tudi pri projektih, ki ugled družbe ponesejo v svet. Maja Oven je direktorica tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi in že skoraj 20 let urednica BTC City Vodnika.



Do sredine devetdesetih let ste bili direktorica ljubljanskega turizma, trgovine in gostinstva. Leta 1996 ste se zaposlili v družbi BTC. Zakaj odločitev za spremembo?

Pobuda zanjo je bilo vabilo družbe BTC, da se jim pridruži, ustanovim in razvijem službo za odnose z javnostmi. Ključen za menjava službe je bil moj razmislek, da je čas za nove izzive – stara sem bila namreč 38 let – tudi takšen, da zapustim javno upravo in se preizkusim v gospodarstvu.

Pa vendar vam izzivov v mestu ni manjkalo, saj ste bili takrat odgovorni za promocijo prestolnice in ste uspešno izpeljali kar nekaj promocijskih projektov, ki živijo še danes.

Drži, kar nekaj jih je preživel od Poleg promocije sem bila odgovorna tudi za organizacijo dogodkov, tako protokolarnih kot na prostem. V prvih osamosvojitvenih letih, ko versko preplačanje ni bilo več ovira, smo skupaj s sodelavci pripravili prvo miklačevanje, prvo silvestrovanje na prostem, božično-novoletni

sejem s koncerti na najlepših ljubljanskih trgih ... Vse to so nepozabne in neprecenljive izkušnje.

So vam te izkušnje pomagale pri delu tudi po »prestopu« v družbi BTC?

Izkušnje, ki sem jih dobila na MOL-u, so se tudi pri delu v BTC-ju izkazale za koristne in dobrodošle. Organizacija službe za odnose z javnostmi je od mene zahtevala veliko časa in dela, ker pa sem se zaposlila v družbi, ki med svoja področja dejavnosti uvršča tudi nakupovalno središče, v katerega ljudi ne

privabil le z oglaševanjem v medijih, sem se morala tudi tu soočiti z organizacijo najrazličnejših zabavnih ali športnih dogodkov, ki bi vključevali potencialne kupce ali obiskovalce BTC Cityja.

Se spominjate prvega dogodka, ki ste ga organizirali v BTC Cityju?

(Razmislek ...) Ne spominim se prvega, še vedno pa je živ spomin na dogodek, ki je prestrašil vse. Bilo je poletje in med tulinjem v odbojki na mivki, ki smo ga v sodelovanju z Odbojkarsko

zvezo pripravili kar nekaj let, se je nenadoma pooblačilo, začelo se je bliskati in gmeti in strela je udarila v piramido poslovne stavbe. Vsi – odbojkarji, gledalci in organizatorji – smo se razbežali in od takrat dalje pri dogodkih na prostem nehote večkrat pogledam proti nebu.

Slovar novejšega besedja slovenskega jezika pod geslom »piarovec« navaja, da je vloga piarovca tudi ta, da novinarje prepriča o pravilnosti in koristnosti neke odločitve, naloge ali postopka. Ste se kdaj znašli v situaciji, da sami niste verjeli v pravilnost odločitve z vrha?

Zgodi se, da ima piarovec drugačno mnenje kot vodstvo, in tudi če sem sama kdaj razmišljala drugače, sem vedno delovala v korist družbe in jo kot njena predstavnica varovala. Moje naložilo je, da moram medijem vedno povedati resnico, pa čeprav je včasih »zavita v celofani ali celo presoditi, da je o nekaterih rešeh boljše molčati kot prirojevati resnico ali celo lagati. Zavedamo se, da so za poslovanje in delovanje družbe mediji še kako pomembni, saj ustvarjajo javno mnenje in z njim ugled družbe. Lahko se pohvalim, da smo se – tudi po zaslugi medijev – po raziskavi Ugled 2016 agencije Kline & Partner v lanskem letu s 15. pomaknili na 8. mesto, predsednik uprave Jože Mermal pa s 5. na 4. mesto.

Piarovec torej pomeni brezpogojno predanost vodstvu družbe?

Pomeni 100-odstotno lojalnost, pripadnost in delovanje v dobro družbe. O tem nikoli nisem podvomila.

Del vaših nalog je tudi posredovanje vizije nakupovalnega središča potencialnim kupcem; kakšna je vizija mesta BTC?

Na kratko: družbo BTC bomo v prihodnje razvijali v smeri vodprte družbe, se povezovali z naprednimi in prodornimi, tudi zagonskimi podjetji, in stremeli k nenehnim inovacijam in izboljšavam na vseh področjih našega dela. Ker razvoj tehnologije od nas zahteva uvajanje digitalizacije v poslovne procese, si bomo tako znotraj družbe BTC kot v sodelovanju z našimi partnerji in obiskovalci prizadevali za dvig digitalne inovacijske kulture. Z vključitvijo švedske multinacionalne like v celovito ponudbo BTC Cityja bomo razvijali infrastrukturo, krepili nakupovalni turizem in si tako kot doslej prizadevali za trajnostni razvoj družbe in BTC Cityja.

BTC v zavesti večine ljudi ostaja sinonim za nakupovalno središče. Kot direktorica tržnega komuniciranja in odnosov z javnostmi si najbrž nenehno prizadevate

ljudem dokazovati, da družba pokriva tudi druge, ne le trgovinske dejavnosti. V kolikšni meri vam to uspeva?

Verjamem, da smo pri informiranju javnosti o tem, da je družba BTC več kot le nakupovalno središče, uspešni. O naših projektih javnost informiramo prek internih medijev (BTC City Vodnik, splet, portal Misija: Zeleno), s PR aktivnostmi in z oglaševanjem; potrebno je namreč vedeti, da ni dovolj, da ta ali oni medij objavi članek ali prispevek o naši sončni elektrarni na dveh strehah BTC Logističnega centra, ljudem je treba povedati, da tako tudi živimo, da se npr. veliko zaposlenih na območju BTC Cityja v službo vozi v kollesi, da uporabljamo javni transport in sistem električnih vozil AvantGo, da recikliramo smeti že v pisarnah, da pijemo vodo iz pipe ...

PREPRIČANA SEM, DA KLASIČNI MEDIJI NE BODO IZUMRLI.

Komunikacijski kanali do potencialnih obiskovalcev in odjemalcev storitev na območju družbe BTC s sodobno tehnologijo dobivajo nove razsežnosti. Na katero v prihodnosti stavite v BTC-ju?

Kljub hitremu razvoju digitalne komunikacije, ki pridobiva nepredvidljive razsežnosti in ko je za večino družb pomembno le še vprašanje, ali so ujele zadnji komunikacijski vplavi, sem prepričana, da klasični mediji ne bodo izumrli. Vedno bo pešičica tistih, ki novih tehnologij ne bo sprejemala, zato bo potrebno komunikacijske kanale – analogne in digitalne – vse bolj povezovati. Celo več verjamem, da bomo takrat, ko bomo spoznali in si priznali, da je informacij preveč, da te vdirajo v naši intimni prostor in nas zasvoji do te mere, da postanemo odvisni, naredili korak nazaj – ne v tehnološkem smislu, temveč osebnostnem. Verjamem, da si bomo takrat – le predem se bomo povsem odtrgali in izločili – znali znova vzeti čas za klepet s prijatelji ali za družinski izlet, tablice, telefone in prenosnike pa pustili doma.

V družbi BTC ste botra projektom, ki so danes prerasli lokalne meje in postali mednarodni. V mislih imam tudi Maraton Franja s startom in ciljem v BTC Cityju. Od kod ideja?

Zamisel za start Maratona Franja v BTC Cityju dolgujem uredniku Delove rekreativne priloge

Format

234x295 mm

Circulation

116,000 copies

83,500 Slovenske novice supplement
22,500 Delo supplement, Ljubljana
and its surroundings
10,000 Area of BTC City Ljubljana

ALL AROUND SLOVENIA

ADVERTISING SPACE DIMENSIONS AND RATES

FRONT COVER*

landscape
add a 5 mm margin trim
width: 234 mm
height: 208 mm

5,200 eur

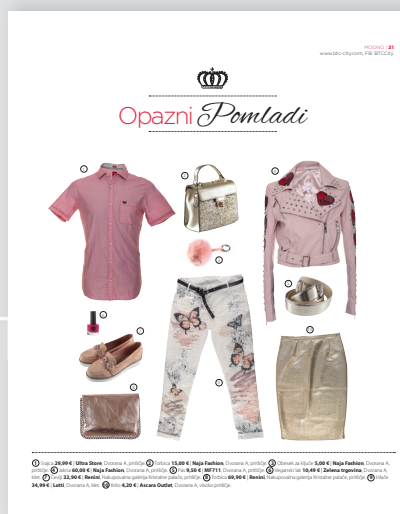
*The cover's suitability is confirmed by the editor in chief

RENT A RUBRIC

portrait
width: 234 mm
height: 295 mm
preparation of text and photos,
design and page layout

1 page: 2,300 eur

2 page: 3,800 eur



Each advertiser is offered a news post in the value of 250 eur + VAT on the website www.btc-city.com free of charge.
This price list is valid from 1. 3. 2017. All prices exclude VAT.

ADVERTISING SPACE DIMENSIONS AND RATES



FULL PAGE

2nd and next-to-last / portrait
add a 5 mm margin trim
width: 234 mm
height: 295 mm

4,100 eur



FULL PAGE

inside pages / portrait
add a 5 mm margin trim
width: 234 mm
height: 295 mm

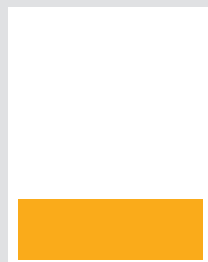
3,000 eur



FULL PAGE

inside pages / portrait
width: 212 mm
height: 258 mm

3,000 eur



BANNER

landscape
width: 212 mm
height: 50 mm

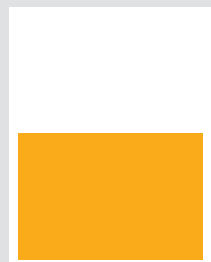
1,000 eur



BACK COVER

last page / portrait
add a 5 mm margin trim
width: 234 mm
height: 295 mm

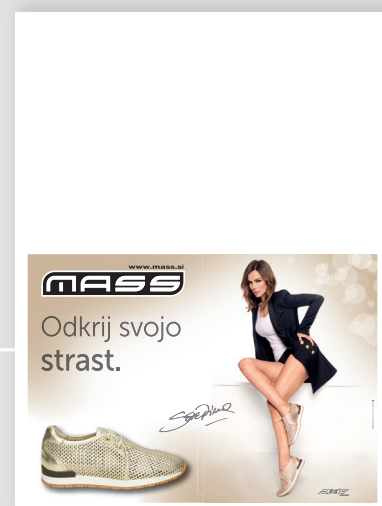
4,500 eur



HALF PAGE

landscape
width: 212 mm
height: 127 mm

1,650 eur



INSTRUCTIONS FOR SUBMITTING MATERIALS



AD SUBMISSION GUIDELINES

Send your advertisement to:
matic.zehelj@btc.si

If your advertisement has not been created yet,
we can create it for you at a promotional price.
Contact communication agency Nicha:

E: marjeta.kljajic@nicha.si
T: 01 81 00 301

- the file must be saved in process colours - **CMYK**
- file formats for publication: **tiff, jpg, pdf, eps, ai**
- resolution must be at least **300 dpi**
- **high resolution** should be used for PDF files
- if possible, convert fonts into **curves** or attach them

In order to ensure highly accurate performance, attach a match print of the advertisement. Advertisements must be submitted with a written order. The client is fully responsible for the content of the advertisement.

BOOK YOUR AD SPACE AT LEAST 5 WEEKS
PRIOR TO PUBLICATION DATE

SUBMIT YOUR AD AT LEAST 2 WEEKS
PRIOR TO PUBLICATION DATE

MAGAZINE ISSUE DATES

ISSUE DATES IN YEAR 2017

8th April

3rd June

19th August

7th October

2nd December

MAGAZINE DISTRIBUTION

- Slovenske novice supplement
 - Area of BTC City Ljubljana
 - Delo supplement, Ljubljana and its surroundings
-

The client is responsible for the content of the publication (truthfulness and accuracy of information, use of copyright works, etc.). Complaints must be submitted solely in writing up to 8 days after publication. Complaints for advertisements failing to observe the deadline for material submission shall not be taken into account. Complaints for advertisements submitted on an electronic medium without a sample print shall not be taken into account.

CONTACTS

EDITORIAL OFFICE

BTC Plc., Šmartinska 152, Ljubljana
T: +386(0)1 58 51 315

Maja Oven, editor in chief:
maja.oven@btc.si

Matic Žehelj, managing editor:
matic.zehelj@btc.si

ADVERTISING MARKETING

BTC Plc., Šmartinska 152, Ljubljana

Matic Žehelj:
matic.zehelj@btc.si

DESIGN AND EXECUTION

NICHA d.o.o., Tehnološki park 19, Ljubljana

Eva Kozlevčar:
eva.kozlevcar@nicha.si

Nataša Vugrinec:
natasa.vugrinec@nicha.si