SBB MEDIA

Рекламна тарифа 2018

print

за жената **Журнал**

Посочените цени са без Данък върху добавената стойност

цени и отстъпки

страница / позиция	ЦЕНА
вътрешна	1 900 лв.
вътрешна дясна	2 300 лв.
II или III корица	2 300 лв.
IV корица	3 900 лв.
фолио	3 800 лв.
водещо фолио	4 200 лв.
1/2 страница	1 200 лв.
1/2 дясна страница	1 300 лв.
1/3 страница	800 лв.
1/4 страница	500 лв.
1/8 каре	300 лв.
1/16 каре	150 лв.

отстъпки за брой публикации *	
от 2 до 4 публикации	– 4%
от 5 до 8 публикации	– 6%
от 9 до 16 публикации	– 8%
от 17 до 24 публикации	– 10%
от 25 до 32 публикации	– 12%
от 33 до 40 публикации	– 14%
от 41 до 48 публикации	– 16%
от 49 до 52 публикации	– 18%
отстъпки за площ *	
от 2 700 см^2 до 5 400 см^2	– 8%
от 5 401 см^2 до 7 800 см^2	– 12%
от 7 801 см^2 до 10 700 см^2	– 16%
от 10 701 см^2 до 16 100 см^2	– 18%
от 16 101 см^2 до 20 900 см^2	– 20%
от 20 901 см^2 до 25 800 см^2	– 22%
от 25 801 см^2 до 33 700 см^2	– 24%

отстъпки за едновременна публикация на едно и също рекламно каре	
в две списания	– 2%
в три списания	– 3%
в четири списания	– 4%
в пет списания	– 5%

цена за влагане / на брой	0,14
цена за влагане на медицински изделия и хранителни добавки / на брой	0,30

вложки се приемат само за целия тираж на списанието

При вложка на марка, която не присъства с реклама в съответния брой, към цената за влагане се калкулира допълнителна сума за 1/2 страница реклама.

ДОБАВКИ Цена за изработването на реклама:
10% от стойността на карето.
Фиксирана позиция: 10%
Всяко отделно лого от логото на рекламодателя: 40%

* Отчитат се публикациите във всички издания под марката Журнал и техните специални издания

ВАЖНО

Рекламодателите на сп. ЖУРНАЛ избират едната от двата вида отстъпки – за площ или за брой публикации.

Всички отстъпки се калкулират последователно.

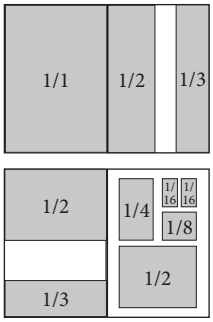
Отстъпките за комбинирана реклама важат, когато една и съща реклама се публикува в повече от едно списание през един и същи период. Ако се комбинират седмични или седмично и месечно списание, то рекламата трябва да бъде заявена за поне 3 броя на седмичното списание през месеца, когато рекламата излиза в другото списание, за да важат отстъпките за комбинирана реклама.

Списание ЖУРНАЛ е на пазара всяка седмица в четвъртък.

Заявки за реклама се приемат до понеделник на предишната седмица.

Рекламното каре трябва да бъде предадено до вторник на предишната седмица.

СББ Медиа си запазва правото да променя датата на излизане на списанието на пазара и срока за подаване на заявки и материали.



технически данни (в mm)

страница	обрязан формат	необр. формат	наборно поле
цяла страница	213 x 278	223 x 288	
фолио	426 x 278	436 x 288	
1/2 стр. верт.	105 x 278	115 x 288	96 x 258
1/2 стр. хор.	213 x 137	223 x 147	196 x 127
1/3 стр. верт.	73 x 278	83 x 288	63 x 258
1/3 стр. хор.	213 x 91	223 x 101	196 x 84
1/4 каре			96 x 127
1/8 каре			96 x 62
1/16 каре			47 x 62 (96 x 30)

ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ ЗА ПОДГОТОВКА И ПОДАВАНЕ НА РЕКЛАМНИТЕ ВИЗИИ

• Файлови формати: Adobe Photoshop TIFF или Adobe Illustrator EPS (всички текстове трябва да са обърнати в криви). EPS файловете трябва да са записани като версия, не по-висока от Adobe Creative Cloud. Не се приемат PDF файлове. • Цветност: CMYK (без допълнително дефинирани цветове). • Резолюция: 300 dpi [120 dpcm]. • За обрязване на рекламите на живо се оставят по 5 мм от всички страни. Освен визията на рекламата, да не се слагат марки за обрязване, пасери, цветни скали или друга допълнителна информация във файла. Не бива да се оставят на по-малко от 5 мм от обрязването на визията, графични елементи и текст, които не желаете да бъдат обрязани. Зоната, намираща се на 5 мм навътре от обрязването е т.нар. безопасна зона. • Готовите реклами от всякакъв вид не трябва да съдържат допълнителни слоеве или канали. При използване на ефекти (gradients, meshes, transparency, drop shadows и др.) те трябва да бъдат растеризирани във финалния файл, изпратен за публикация в издателството. • Растерните изображения трябва да са с вграден ICC профил ISO Coated v2 (ECI). Поради възможностите на роления печат, е желателно да няма обекти с тотално намастиляване по-голямо от 300%. Рекламите да са придружени с дигитални цветни проби, за да се гарантира качеството на отпечатване. За коректна дигитална цветна проба се приема тази, която: съдържа в себе си цветна скала Ugra/Fogra CMYK-TIFF media wedge; чиито цветови стойности на отделните полета по скалата съответстват по стойности на тези от цветовия профил, вграден във файла/симулиран върху пробата; има отклонения от цветовите си стойности спрямо тези, които в действителност трябва да симулира, в границите, определени от стандарта ISO 12647. Това може да се установи при нас с помощта на Eye-One колориметър, чрез измерване и сравняване автоматично на стойностите със съответстващите в симулирания профил. • Върху пробата трябва да има следните основни идентификационни елементи: име на файла(рекламата), дата, профила съдържащ се във файла(пробата) както и съответния профил, който е симулиран на пробата. Желателно е симулирания профил да е именно вградения във файла ISO Coated v2 (ECI).

При липса на цветна проба не се приемат рекламации относно качеството на отпечатване.

www.piero97.com