



Посочените цени са без Данък върху добавената стойност

### ВАЖНО

Рекламодателите на сп. STORY избират едната от двата вида отстъпки – за участие в броеве 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.

## цени и отстъпки

страница / позиция	ЦЕНА
вътрешна	2 400 лв.
вътрешна дясна	2 700 лв.
II или III корица	2 800 лв.
IV корица	4 300 лв.
фолио	4 200 лв.
водещо фолио	4 400 лв.
1/2 страница	1 350 лв.
1/2 дясна страница	1 500 лв.
1/3 страница	1 000 лв.
1/4 каре	700 лв.
1/8 каре	350 лв.

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.	

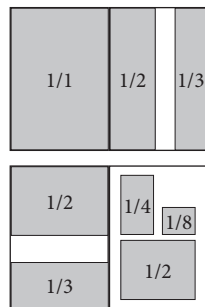
ДОБАВКИ	Цена за изработването на реклама:
	10% от стойността на карето.
	Фиксирана позиция: 10%
	Всяко отделно лого от логото на рекламодателя: 40%

отстъпки за участие в броеве	
от 2 до 3 броя	– 4%
от 4 до 6 броя	– 8%
от 7 до 9 броя	– 12%
от 10 до 11 броя	– 18%

отстъпки за брой публикации	
от 2 до 3 публикации	– 4%
от 4 до 6 публикации	– 6%
от 7 до 9 публикации	– 8%
от 10 до 11 публикации	– 12%
от 12 до 13 публикации	– 16%
от 14 до 16 публикации	– 18%
от 17 до 20 публикации	– 20%
от 21 до 24 публикации	– 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%

**Списание STORY е на пазара на 26-то число на предишния месец. Заявки за реклама се приемат до 9-то число на предишния месец. Рекламното каре трябва да бъде предадено до 13-о число на предишния месец. СББ Медиа си запазва правото да променя датата на излизане на списанието на пазара и срока за подаване на заявки и материали.**



## технически гани (в mm)

страница	обрязан формат	необр. формат	наборно поле
цяла страница	230x296	240x306	
фолио	460x296	470x306	
1/2 стр. верт.	117x296	127x306	
1/2 стр. хор.	230x147	240x157	
1/3 стр. верт.	82x296	92x306	
1/3 стр. хор.	230x96	240x106	
1/4 каре			99x127
1/8 каре			99x62

### 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). • **Резолуция:** 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 намастяване 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; чито цветови стойности на отделните полета по скалата съответстват по стойности на тези от цветовия профил, вграден във файла/симулиран върху пробата; има отклонения от цветовете 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 вграден във файла ISO Coated v2 (ECI).

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