

## РЕКЛАМНА ТАРИФА 2014

		Обемни отстъпки за:
Цяла гясна страница	<b>BGN 4050</b>	2 броя - 2%
4-та корица	<b>BGN 5800</b>	3 броя - 3%
2-ра корица	<b>BGN 5100</b>	4 броя - 4%
3-та корица	<b>BGN 4200</b>	5 броя - 5%
Фолио	<b>BGN 5500</b>	6 броя - 6%
Водещо фолио	<b>BGN 8000</b>	7 броя - 7%
1/2 страница	<b>BGN 2200</b>	8 броя - 8%
1/3 страница	<b>BGN 1500</b>	9 броя - 9%
1/4 страница	<b>BGN 1000</b>	10 броя - 10%
-10% за лява страница		11 броя - 11%
		12 броя - 12%
		Агенционна отстъпка
		-8%

Всички цени са без ДДС.

Цена за сглобяване на реклама: 10% върху стойността на рекламата.

### УТЕЖНЕНИЯ

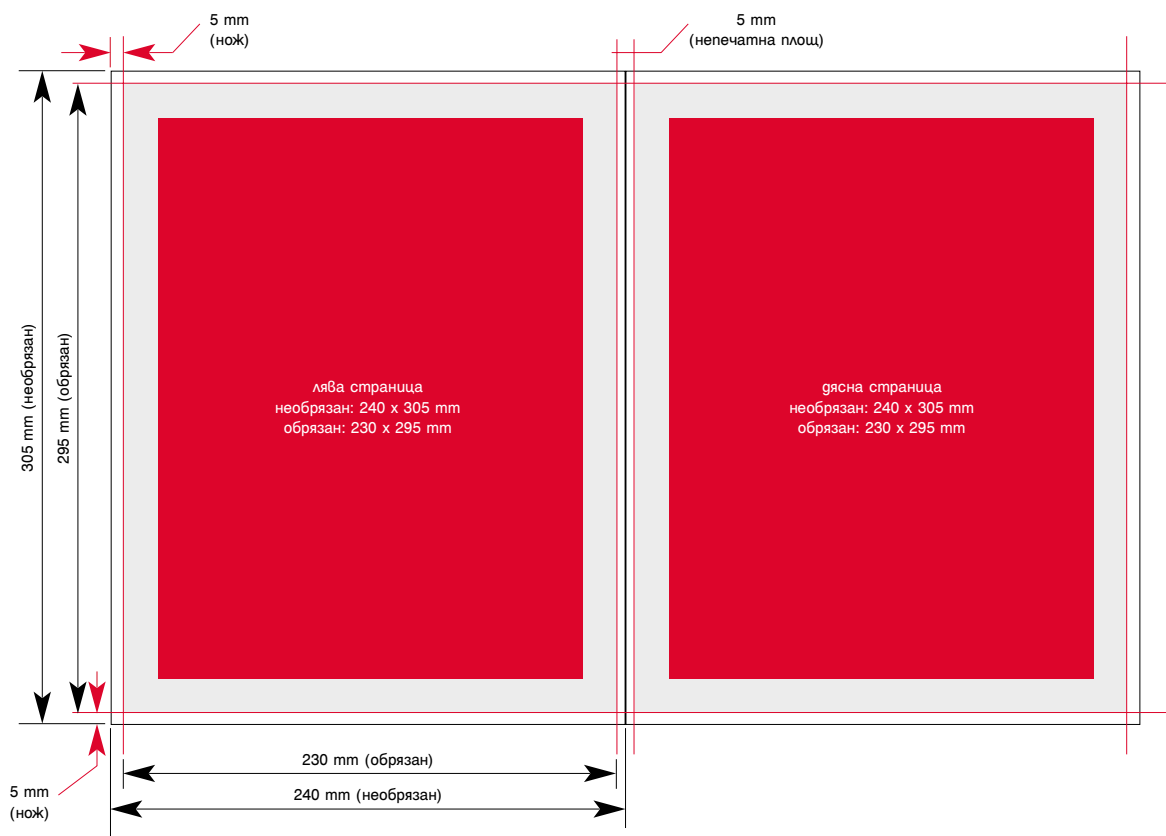
10% допълнително за фиксирана позиция.

ПР и платени публикации + 20% върху тарифата (за изработване). Публикациите се изработват от редакцията и са ясно обозначени с титул "платена публикация" на всяка страница.

### ВЛОЖКИ И ФЛАЙЪРИ

Вложки и флайъри се произвеждат и доставят от клиента. Рекламното присъствие е 2500 лв. и не зависи от броя на вложените копия. В тези случаи няма агентска комисиона. Всяка вложка се включва в обемните натрупвания. Вложки и флайъри се изработват и от Атика Медия България според конкретни изисквания. Допълнително се заплаща такса „ръчен труд“, която започва от 0.02 лв. на брой вложено копие.

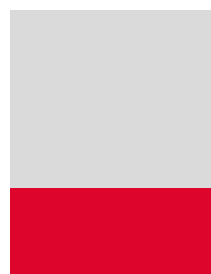
Списание ОК! е на пазара до 21-во число на предходния месец. Заявки за реклама се приемат до 3-то число на предходния месец. Рекламно каре се предава до 8-мо число на предходния месец.



**1/2 страница**  
 необр: 240 mm x 152,5 mm  
 обр: 230 mm x 147,5 mm



**1/2 страница**  
 необр: 120 mm x 305 mm  
 обр: 115 mm x 295 mm



**1/3 страница**  
 необр: 240 mm x 103,5 mm  
 обр: 230 mm x 98,5 mm



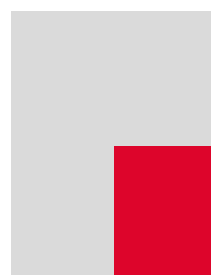
**1/3 страница**  
 необр: 81,5 mm x 305 mm  
 обр: 76,5 mm x 295 mm



**1/4 страница**  
 необр: 240 mm x 78,5 mm  
 обр: 230 mm x 73,5 mm



**1/4 страница**  
 необр: 62,5 mm x 305 mm  
 обр: 57,5 mm x 295 mm



**1/4 страница**  
 необр: 120 mm x 152,5 mm  
 обр: 115 mm x 147,5 mm

# Изисквания към рекламите

## Файлови формати: EPS или TIF

Растрерните изображения трябва да са с възраден профил (описан е в Допълнителни изисквания). TIF файлът може да е с LZW компресия.

## Цветово пространство: CMYK

Всички допълнително дефинирани цветове следва да бъдат обърнати в CMYK.

## Разделителна способност: 300 dpi

За полутонови изображения (CMYK, Grayscale) – не по-малка от 254 dpi и не по-голяма от 381 dpi.

За црихови изображения (Bitmap) – 1270 dpi.

## Допълнителни изисквания:

- Страниците се подготвят в необрязан формат при нагдаване по 5 мм от всички страни към реалния размер на изданието (напр. при списание с размери 230x295 мм готовият файл трябва да е с размери 240x305 мм);
- Изображенията трябва да се подготвят по ICC профила Fogra39. При желание от страна на клиента да се използва друг профил е необходима консултация с Производствения мениджър. Общото намастиляване (Total ink или TAC) не трябва да е повече от 320%;
- Рекламната визия трябва да е придружена с цветна проба. За цветна проба се приема всяка разпечатка, която е изработена в съответствие с изискванията на печатния стандарт с включена цветна скала по Ugra/Fogra и при спектрофотометрично измерване не се отклонява повече от dE 10;
- Освен визията на рекламата, да не се слагат допълнително марки за обрязване, пасери, скали или други елементи, които променят крайния размер на рекламата;
- Не е препоръчително да се завъртат изображения в макетиращите програми;
- Не се приемат файлове, различни от указаните по-горе – например .cdr, .pdf, .ai, .pt, .indd, .qxd, понеже това може да доведе до нежелан краен резултат;
- Всички използвани елементи (снимки, лога, шрифтове и т.н.) трябва да бъдат възрадени (Embedded) във файла, когато се подава EPS;
- Препоръчително е да не се поставят важни елементи, като лога или текстове, на по-малко от 5 мм от ножа, освен ако това не е дизайнерско решение;
- За подсилване на черното (при големи надписи, подложки или фон) може да се използва следната цветова комбинация – 60-50-50-100 по CMYK;
- Препоръчително е текстове в черно да са с включен overprint, за да се избегне евентуалното „просветване“ към цветен фон;
- Задължително е оцветени в бяло обекти да не са с включен overprint.

## ВАЖНО:

Списанието не носи отговорност за допуснати технически грешки при изработването на рекламата, правописни грешки в текста или лошо обработени изображения.

Всяка рекламна визия трябва да е придружена с цветна проба. Ако такава не е предоставена, не може да се предявяват претенции към цветовете на отпечатаната реклама