



Посочените цени са без Данък добавена стойност

ВАЖНО

Рекламодателите на сп. БЛЯСЪК 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 БЛЯСЪК е на пазара всяка седмица в петък. Заявки за реклама се приемат до понеделник на предишната седмица. Рекламното каре трябва да бъде предадено до вторник на предишната седмица.

ЦЕНИ и ОТСТЪПКИ

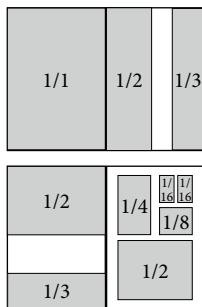
страница / позиция	ЦЕНА
вътрешна	3 000 лв.
вътрешна дясна	3 200 лв.
II или III корица	3 350 лв.
IV корица	4 200 лв.
фолио	5 800 лв.
водещо фолио	6 300 лв.
1/2 страница	1 700 лв.
1/2 дясна страница	1 800 лв.
1/3 страница	1 150 лв.
1/4 страница	850 лв.
малки карета – рубрика в края на списанието	
максимален размер на рекламите	1/4 стр.
за 1/4 каре вертикално	630 лв.
за 1/8 каре хоризонтално	330 лв.
за 1/16 каре	170 лв.

цена за влагане * / на брой	0,14
<i>* вложки се приемат само за целия тираж на списанието</i>	
При влагане на каталог на марка, която не присъства с реклама в съответния брой, към цената за влагане се калкулира допълнителна сума:	
<ul style="list-style-type: none"> • при каталог с размер А5/А6, до 16 страници, се доплаща 1 страница реклама • при каталог с размер над А5, над 16 страници, се доплащат 2 страници реклама 	
цена за влагане на медицински изделия и хранителни добавки * / на брой	0,30

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%
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%
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%

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

ТЕХНИЧЕСКИ ДАННИ (в m m)



страница	обязан 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	
1/2 стр. хор.	213 x 137	223 x 147	
1/3 стр. верт.	73 x 278	83 x 288	
1/3 стр. хор.	213 x 91	223 x 101	
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 CS3. **Не се приемат PDF файлове.** • **Цветност:** CMYK (без допълнително дефинирани цветове). • **Резолуция:** 300 dpi [120 dpcm]. • **За обрязване на рекламните на живо се оставят по 5 мм от всички страни.** Освен визията на рекламната, 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 Fogra 39.** 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 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 вградения във файла Fogra 39.

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