



Посочените цени са без Данък добавена стойност

**ВАЖНО**

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

страница / позиция	ЦЕНА
вътрешна	3 700 лв.
вътрешна дясна	3 900 лв.
II или III корица	4 100 лв.
IV корица	5 050 лв.
фолио	7 400 лв.
водещо фолио	7 700 лв.
1/2 страница	2 100 лв.
1/2 дясна страница	2 250 лв.
1/3 страница	1 500 лв.
<b>малки карета – рубрика в края на списанието</b>	
максимален размер на рекламите	1/4 стр.
за 1/4 каре вертикално	850 лв.
за 1/8 каре хоризонтално	500 лв.

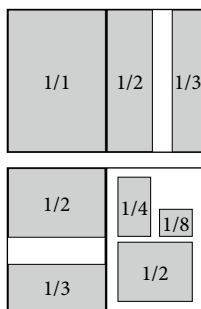
<b>цена за влагане * / на брой</b>	<b>0,14</b>
<i>* вложки се приемат само за целия тираж на списанието</i>	
При влагане на каталог на марка, която не присъства с реклама в съответния брой, към цената за влагане се калкулира допълнителна сума:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• при каталог с размер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

<b>ДОБАВКИ</b>	Цена за изработването на реклама: 10% от стойността на карето. Фиксирана позиция: 10% Всяко отделно лого от логото на рекламо дателя: 40%
----------------	--

**ЦЕНИ и ОТСТЪПКИ**

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 3 100 см <sup>2</sup> до 6 200 см <sup>2</sup>	– 8%
от 6 201 см <sup>2</sup> до 8 950 см <sup>2</sup>	– 12%
от 8 951 см <sup>2</sup> до 12 250 см <sup>2</sup>	– 16%
от 12 251 см <sup>2</sup> до 18 350 см <sup>2</sup>	– 18%
от 18 351 см <sup>2</sup> до 23 850 см <sup>2</sup>	– 20%
от 23 851 см <sup>2</sup> до 29 500 см <sup>2</sup>	– 22%
от 29 501 см <sup>2</sup> до 38 500 см <sup>2</sup>	– 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%

**ТЕХНИЧЕСКИ ДАННИ (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.	230x146	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 CS3. **Не се приемат PDF файлове.** • **Цветност:** CMYK (без допълнително дефинирани цветове). • **Резолюция:** 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 вграден във файла Fogra 39.

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