

### ВАЖНО

Рекламодателите на сп. Harper's BAZAAR 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 рекламатата трябва да бъде заявена за поне 3 броя на седмичното списание през месеца, когато рекламатата излиза в другото списание, за да важат отстъпките за комбинирана реклама.

**Списание Harper's BAZAAR е на пазара на 25-о число на месеца.**

**Заявки за реклама се приемат до 7-мо число на същия месец. Рекламното каре трябва да бъде предадено до 12-то число на същия месец.**

страница / позиция	ЦЕНА
вътрешна във втората половина	7 000 лв.
вътрешна дясна във втората половина	7 500 лв.
вътрешна лява в първата половина	8 000 лв.
вътрешна дясна в първата половина	8 500 лв.
при СЪДЪРЖАНИЕ, писмо на Редактора	9 000 лв.
III корица	9 000 лв.
IV корица	10 000 лв.
фолио във втората половина	13 000 лв.
фолио в първата половина	13 500 лв.
седмо до десето фолио	14 000 лв.
трето до шесто фолио	14 500 лв.
второ фолио	15 000 лв.
водещо фолио	15 500 лв.
1/2 страница	4 200 лв.
1/2 дясна страница	4 500 лв.
<b>малки карета – рубрика в края на списанието</b>	
за 1/4 каре вертикално	1 800 лв.
за 1/8 каре хоризонтално	1 000 лв.
за 1/16 каре вертикално	510 лв.

**цена за влагане \* / на брой** **0,14**

\* *вложки се приемат само за целия тираж на списанието*

При влагане на каталог на марка, която не присъства с реклама в съответния брой, към цената за влагане се калкулира допълнителна сума:

- 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**

1/1	1/2
1/2	1/4 1/6 1/8

## ЦЕНИ и ОТСТЪПКИ

ОТСТЪПКИ	
за участие в броеве	
от 2 до 3 броя	– 4%
от 4 до 5 броя	– 8%
от 6 до 7 броя	– 12%
от 8 до 9 броя	– 18%
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%
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 mm)

страница	обязан формат	необязан формат	наборно поле
цяла страница	225 x 295	235 x 305	
фолио	450 x 295	460 x 305	
1/2 стр. верт.	107 x 295	117 x 305	
1/2 стр. хор.	225 x 143	235 x 153	180 x 123
1/4 каре			86 x 123
1/8 каре			86 x 59
1/16 каре			41 x 59

## ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ за подготовка и подаване на рекламните визии

• **Файлови формати:** Adobe Photoshop TIFF или Adobe Illustrator EPS (всички текстове трябва да са обвърнати 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 рекламатата, 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 реклами относно качеството на отпечатване.**