

## Qué es ICI?

### ICI-INGENIERIA CONTRA INCENDIOS

nace con el objetivo de convertirse en una herramienta de información para los profesionales de este campo. Los contenidos de calidad constituyen nuestra apuesta más firme para lo que disponemos de un equipo de profesionales altamente cualificados que desarrollarán análisis rigurosos, plurales y actuales de los temas tratados en este sector en alza y en continuo movimiento.

ICI ofrece al lector la oportunidad de conocer todas las novedades y tendencias con la información más amplia y actual. Cubre las necesidades de conocimiento de las empresas del sector.

ICI ofrece al anunciante la oportunidad de publicitarse en un medio afín a sus productos y servicios, alcanzando la máxima rentabilidad. Da a conocer, refuerza y/o mejora la imagen de su empresa.

### ICI-INGENIERIA CONTRA INCENDIOS

se publica 4 veces al año, correspondiendo al primer, segundo, tercer y cuarto trimestre del año. También se realizan especiales sobre eventos significativos del sector de PCI tales como SICUR.

Su tirada es de 3000 ejemplares que se envían a los profesionales del sector de PCI, con una audiencia potencial de lectores de 12.000.

### MISIÓN EDITORIAL

Facilitar al profesional de la Ingeniería de Protección contra Incendios, la información y las herramientas necesarias para la práctica diaria en el ejercicio de su actividad profesional, aportando las últimas tendencias y las tecnología más avanzada en el sector.

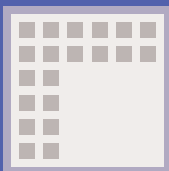
### PERFIL DE LECTORES

- Profesionales, directivos y técnicos de empresas de ingeniería, consultoría, instaladoras, mantenedoras, fabricantes, etc, del sector de la seguridad contra incendios.
- Técnicos de las administraciones públicas, central y autonómicas, relacionadas con el mundo de la PCI.
- Ejecutivos, técnicos y profesionales del sector.
- Responsables políticos, técnicos y profesionales de Europa y América.
- Aficionados y estudiantes de Ingenierías y otras materias relacionadas con el mundo de la PCI.

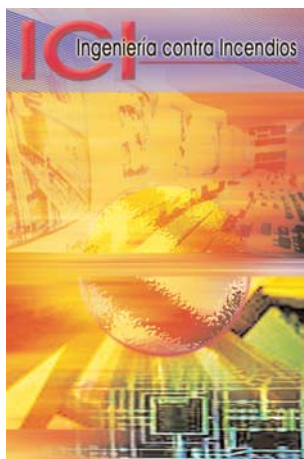
### CONTENIDOS ICI

- PUNTO DE VISTA (EDITORIAL).
- ESTILO DIRECTO (CARTAS AL DIRECTOR).
- NOVEDADES DEL SECTOR.
- PRIMERA LÍNEA (ACTUALIDAD).
- ARTICULOS TÉCNICOS.
- ENTREVISTAS.
- LEGISLACIÓN.
- CALENDARIO DE EVENTOS.

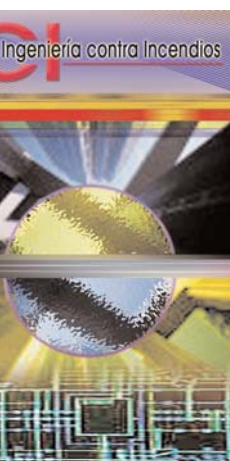
# Tarifas de Publicidad



- ✦ Todos los contratos de publicidad serán remitidos firmados y sellados.
- ✦ Los mensajes publicitarios se identificarán como tales, nunca podrán confundir al lector sobre el tipo de contenido del espacio.
- ✦ APICI no se responsabiliza de la eficacia del anuncio ni de su contenido, que deberá ajustarse a la legislación vigente.
- ✦ APICI se reserva el derecho a no publicar cualquier anuncio cuya inserción no crea oportuna, así como también a retrasar su publicación, sin que por dichas causas haya motivo de reclamación.
- ✦ El material de impresión solamente se devolverá bajo expresa demanda del ordenante. La obligación de guardar el material de impresión rescinde a los 30 días.
- ✦ Los anuncios se entregarán con 15 días de antelación sobre la fecha de cierre de la publicación.
- ✦ Los encartes solo se aceptarán en firme previa recepción de una muestra. No se aceptarán encartes que por su formato o presentación induzcan al lector a creer que son parte de la publicación, que incluyan publicidad de terceros, ni aquellos cuyo contenido sea considerado contrario a la línea editorial de APICI.
- ✦ Los encartes, tanto inferiores como superiores a 8 páginas, deberán ir grapados. En caso de encartes complejos, muestras u otros objetos promocionales, consultar precios.
- ✦ En el caso de Publireportajes, también se entiende que el cliente facilitará el material de preimpresión final. El precio tampoco incluye, por tanto, redacción ni diseño de reportajes.
- ✦ El arte final de la publicidad se entregará en soporte magnético (CD-R, disco óptico), realizado en PC, adjuntando una prueba de color de impresora. Incluir documento final de la publicidad (Programas: QuarkXPress, Free Hand o Photoshop). Es imprescindible adjuntar las tipografías utilizadas y EPS o TIFF (resolución 300 ppp). Las fotografías que se utilicen deben tener extensiones como (.tif, .jpg) con una resolución de 300 dpi en CMYK. Los logotipos pueden recibirse en Corel Draw (extensión .cdr). Los archivos también pueden enviarse encapsulados (postscript) ó comprimidos (.zip 8.0), si son muy pesados (más de 4 Megabites), ó utilizar Acrobat para su comprensión.
- ✦ Se recomienda seguir lo especificado en la norma UNE 54118: "Criterios que han de cumplir los anunciantes sobre las condiciones de impresión en periódicos y revistas".



TARIFAS	Euros	
	Edición	Edición especial
<b>Páginas enteras</b>		
Contraportada	1.250	1.550
Interior de portada	1.000	1.300
Interior de contraportada	1.000	1.300
Doble página	2.500	2.800
Página interior	825	1.000
<b>Medias páginas</b>		
Media página horizontal	400	700
Media Página vertical	400	700
<b>Faldones</b>		
Faldón página interior	200	500
<b>Encartes</b>		
Página interior	1.750	2.000
Doble página	2.950	3.200
Otros	Consultar	Consultar
<b>Directorio</b>		
Anual	600	
<b>Recargos</b>		
Por emplazamiento:	20 por ciento	20 por ciento
Por publicirreportaje:	25 por ciento	25 por ciento



- ✦ La anulación en la publicidad no se podrá realizar dentro de los 10 últimos días anteriores al cierre de la edición.
- ✦ Los anuncios que requieran trabajos de composición, llevarán un recargo de 400 euros.
- ✦ Los importes de la tarifa se entienden por una sola inserción y no incluyen el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), ni los gastos de preimpresión (filmación o

fotomecánica), que serán incorporados a la factura, en caso de no ser suministrado por el anunciante el material necesario para la impresión.

- ✦ Los espacios serán facturados dentro del mes de la fecha de la edición a que correspondan y serán abonados por el cliente en el plazo de 30 días. El aplazamiento superior a 30 días conllevará un 1% de recargo financiero mensual.

