



I. Gotowe reklamy do druku powinny być:

1. Przygotowane na wymiar zgodny z modułami konkretnego produktu; jeśli na spód z nadkładem 5 mm z każdej strony. Elementy istotne dla treści reklamy powinny być odsunięte od krawędzi cięcia o 5 mm.
2. Zapisane jako **TIFF** lub **EPS** z zachowaniem n/w zasad:
 - rozdzielczość nie mniejsza niż 300 dpi
 - przestrzeń kolorystyczna CMYK
 - fonty zamienione na krzywe i osadzone wszystkie elementy wymagane do druku w nazwach plików nie powinno być znaków diakrytycznych (narodowych).
3. Dostarczanie reklam
 - adres: ftp.polskapress.pl,
 - użytkownik: reklama_pp, hasło: polskapress
 - informacje techniczne pod numerem tel. (handlowiec który obsługuje agencje/klienta)
 - opis materiałów – musi zawierać datę emisji i wszelkie dodatkowe informacje o sposobie zamieszczenia reklamy.
 - wydruk cyfrowy przygotowany zgodnie z profilem barwnym (PSO_SNP_paper_eci.icc) lub plik poglądowy
 - reklamacje emisji reklamy, do których nie został dołączony wydruk lub plik podglądowy nie będą uwzględniane.
4. Stopień pisma w reklamach:
 - 1-elementowy w jednym kolorze nie mniejszy niż 6 pt
 - 2-elementowy w jednym kolorze nie mniejszy niż 7 pt
 - w dwóch i więcej kolorach jednoelementowy nie mniejszy niż 8 pt,
 - dwuelementowy nie mniejszy niż 10 pt
 - w kontrach powinien być użyty font pogrubiony nie mniejszy niż 8 pkt (1-elementowy, bezszeryfowy) i 10 pkt (2-elementowy),
 - zalecane jest unikanie tekstu w kontrze na czarnym tle,
 - teksty czarne w drukach kolorowych muszą się składać z jednej składowej CMYK-Black

Optymalna czerń w czcionkach powyżej 18 pt
lub w dużych elementach graficznych powyżej
0,5 cm kw. - C – 60%, M – 30%, Y – 30%, B – 100%

W przypadku pisma w kontrze prosimy nie stosować cienkich czcionek typu light – najlepiej użyć czcionki półgrubej (bold). Bezpiecznie jest nie używać niewielkich liter lub cienkich linii w kontrze na wielobarwnym tle.

W przypadku jednokanałowego koloru czarnego (K), tam, gdzie to możliwe, zalecamy stosowanie funkcji overprint w przypadku materiałów wektorowych, layer multiply w przypadku materiałów rastrowych oraz zalewek. W związku z częstymi problemami z przejściami tonalnymi w dokumentach generowanych przez CorelDRAW, lepiej jest zamienić takie elementy na bitmapy. Szczególnie częstym błędem jest przysyłanie materiałów z kolorem czarnym składającym się z kolorów z całej palety CMYK (co zwykle wynika z prostej konwersji RGB na CMYK).

5. Maksymalny stopień krycia (Total Ink Limit) dla papieru gazetowego nie może przekraczać 260%.
6. Max punkt rastrowy 95% (CMYK) i 100% w druku 1-barwnym (w przypadku czerni 95% K i 40%C)

[Dla uzyskania poprawnych parametrów separacji w czasie konwersji do przestrzeni technologicznej CMYK zaleca się stosowanie profilu barwnego:
PSO_SNP_Paper_eci.icc

II. Materiały do przygotowania w AR powinny spełniać następujące warunki:

1. Tekst do wpisania - czytelny rękopis lub wydruk, plik tekstowy zapisany jako: txt.
2. Elementy graficzne oryginalne. Fotografie czarno-białe i kolorowe na papierze gładkim błyszczącym do formatu A4. Zdjęcia przesyłane elektronicznie w rozdzielczości min. 265 dpi, format EPS lub TIFF. Znaki graficzne - (LOGO, mapa, plan, schemat itp.) - w plikach wektorowych.
3. Szkic - wzór, jeśli klient ma konkretne wymagania
4. Nie przyjmujemy:
 - zdjęć rastrowanych, powielanych, kopiowanych
 - fotografii o niskiej rozdzielczości (np. z Internetu)
 - rysunków przysłanych faksem
 - prac przygotowanych w programach: COREL, WORD, EXCEL, POWER POINT.

Materiały dostarczane do studia graficznego powinny być nazwane w następujący sposób:
NAZWA KLIENTA_FORMAT_DATA PIERWSZEJ EMISJI

Pojawienie się materiałów na serwerze FTP musi być potwierdzone przez klienta mailowo (kontakt z osobą przyjmującą zlecenie).

Wymagane jest podanie dokładnej nazwy pliku umieszczonego na ftpie.

Przysłanie materiałów ogłoszeniowych jest równoznaczne z oświadczeniem Klienta o posiadaniu do dostarczonych materiałów praw autorskich w rozumieniu ustawy z dn. 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Przypominamy, że prawa autorskie do graficznego opracowania reklamy przysługują wydawcy i każde wykorzystanie tego opracowania wymaga jego zgody. Bliższych informacji na temat terminów i możliwości publikacji ogłoszenia udzieli konsultant obsługujący Klienta.

W przypadku niespełnienia przez dostarczane materiały powyższych wymagań technicznych, reklamacje dotyczące jakości wydruku nie będą uwzględniane.