



Reklamę należy przygotować:

- Tylko w postaci cyfrowej na CD-Romach lub przestać e-mailem. Przyjmujemy materiały z programów: QuarkXpress (dołączone fonty i ilustracje, zdjęcia i ilustracje nie skalowane w Quarku, interlinia określona konkretną wielkością), Adobe Photoshop, Adobe Illustrator (czcionki zamienione na krzywe) w formacie EPS i TIF. Prosimy o dołączenie plików poglądowych.
- Wydruki próbne powinny być wykonane w skali 1:1 z tych samych plików, które zostaną dostarczone do redakcji, na podłożu symulującym papier nakładowy LWC z uwzględnieniem technologii druku typu heatset. Wydruki kolorystyczne wykonane na drukarkach na podłożu białym stanowią wyłącznie poglądowy wzorec barwny, wskazując jedynie kierunek do którego należy dążyć. W tym przypadku nie będą stanowić podstawy do reklamacji na skutek odchyień kolorystycznych od oryginału.
- Kolorystyka wyłącznie w modelu barwnym CMYK (nie drukujemy kolorów pantonowych).
- Napisy (poniżej 12 pkt) i linie (poniżej 2 pkt) należy przygotowywać maksymalnie z dwóch kolorów składowych z 50% dominacją jednego z kolorów.
- Należy zachować 1 cm odstępu od linii formatu dla czcionek i istotnych elementów grafiki na stronie (zwłaszcza długich, równoległych do krawędzi strony).
- Minimalny rozmiar czcionki dla dwóch kolorów 9 pkt, dla jednego koloru 8 pkt.
- Napisy w kontrze obowiązkowo czcionką typu bold o minimalnym rozmiarze 10 pkt. Niedopuszczalne jest stosowanie krojów dwuelementowych w więcej niż jednej składowej poniżej 12 pkt lub w kontrze.
- Minimalna grubość linii dwukolorowej 1 pkt, jednokolorowej 0,5 pkt.
- Przy ciemnych granatach pomiędzy cjan i magenta minimum 50% różnicy – aby nie przechodził w fiolet.
- Nie należy budować obszarów czarnej apli tylko z K (ale należy zachować limit TAC).
- Czarne napisy (min 8 pkt) oraz linie (min 0,5 pkt) tylko w czarnym składowym z atrybutem overprint.
- Tło maksymalnie 20% dla tekstu pozytywnego, i minimalnie 60% dla tekstu w kontrze.
- Balans szarości

ćwierćton:	C 25%	M 19%	Y 19%
półton:	C 50%	M 40%	Y 40%
trzy-czwarte tonu:	C 75%	M 64%	Y 64%
- Wartości CIELAB dla barw procesowych na wydruku próbnym wykonane zgodnie z normą ISO 12647-1:1996, 5,6

barwa	L*	a*	b*
Black	18	1	1
Cyan	54	-33	-49
Magenta	47	72	-3
Yellow	88	-5	90
- Tolerancje CIELAB E*ab dla apli barw procesowych wynoszą odpowiednio:

Black	4
Cyan	5
Magenta	8
Yellow	6
- Przyrost punktu rastrowego dla poszczególnych wartości tonalnych wynosi odpowiednio:

wartość tonalna z założona	przyrost wartości tonalnej w druku
25	12
40	16
50	17
70	16
75	14
80	12
- Liniatura rastra 133 lpi, okładka 150 lpi.
- Suma nasycenia kolorów składowych max. 300%, okładka 320%.
- Drobnie elementy graficzne w logo firm powinny spełniać powyższe parametry, w przeciwnym razie ich kolorystyka i pasowanie kolorów może znacznie odbiegać od normy.
- Rozdzielczość reklamy 300 dpi.
- Reklamę należy przygotowywać zgodnie z zamówionym formatem (reklama na spad + 4 mm z każdej strony).

DOSTARCZENIE MATERIAŁÓW:

Małgorzata Górecka
 tel.: (22) 333 98 79
 e-mail: m.gorecka@pb.pl
 (w temacie prosimy podać nazwę firmy format reklamy)

lub na adres:
ftp://193.109.123.26
 lub **ftp://ftp.pb.pl/**
 hasło: **KurSNaPuls**
 login: **reklama**
 (bardzo prosimy o nazwanie katalogu nazwą firmy).

Do plików typu wektorowego, prosimy dołączać plik poglądowy, np.: pdf, jpg.

Materiał reklamowy powinien dotrzeć w ustalonym indywidualnie terminie. Za reklamy dostarczone po ustalonym czasie nie ponosimy odpowiedzialności i nie przyjmujemy reklamacji z tytułu złej jakości wydruku.

W przypadku umieszczania plików na ftpie warunkiem niezbędnym do otrzymania przez nas reklamy jest potwierdzenie mailem, że reklama tam się znajduje, podanie nazwy pliku oraz na kiedy przewidziane są daty emisji. W przeciwnym wypadku materiały nie zostaną uznane za dostarczone.

UWAGA:

- dopuszczalne przesunięcie separacji kolorów w druku wynosi 0,5 mm.
- powtarzalność nakładu spełniającego parametry jakościowe mieszczące się w powyższej specyfikacji i zakresie tolerancji – 98%

Warunkiem przyjęcia reklamacji do rozpatrzenia jest zastosowanie się do niniejszej specyfikacji. W przeciwnym przypadku wydawnictwo nie bierze odpowiedzialności za jakość wydrukowanych reklam.