

## WARUNKI TECHNICZNE ZAMIESZCZANIA REKLAM

**1. Reklamy gotowe i materiały ilustracyjne****A. Formaty plików**

Grafika wektorowa: EPS (wszystkie czcionki należy zamienić na krzywe).

Grafika rastrowa: TIFF, JPEG, EPS.

Pliki otwarte: Quark XPress 7.0 (lub niższa wersja), InDesign CS3 (lub niższa wersja), pliki otwarte programów Photoshop CS3 (lub niższa wersja) i Illustrator CS3 (lub niższa wersja). Plik należy skolektować uwzględniając wszystkie czcionki i ilustracje użyte przy jego tworzeniu (czcionki można też zamienić na obiekty graficzne).

Nie przyjmujemy plików zapisanych i wygenerowanych przez Corel Draw

**B. Model kolorów:**

CMYK. Pliki dostarczone do Wydawnictwa w modelu RGB lub zawierające dodatkowy kolor (np. Pantone) zostaną skonwertowane na profil CMYK, wykorzystywany przy produkcji czasopisma. Kolory ulegną zmianie. Istnieje możliwość druku z użyciem kolorów dodatkowych (wyższy koszt).

**C. Rozdzielczość:** grafika rastrowa 250-300 dpi, lineart 600-1200 dpi.

**D. Spady i marginesy wewnętrzne:** przy reklamach spadowych należy dodać 5 mm spad (bleed) z każdej strony. Wszystkie istotne elementy ilustracyjne i tekstowe powinny być odsunięte od linii cięcia o minimum 7 mm. Reklamy na pierwszej i ostatniej stronie czasopisma powinny dodatkowo uwzględnić klejenie grzbietowe – istotne elementy ilustracyjne i tekstowe powinny być odsunięte od grzbietu minimum 1 cm.

**E. Tekst:** czcionki o wielkości 8 pkt. i mniejsze powinny być jednokolorowe (np. dla czarnych napisów: C=0%, M=0%, Y=0%, K=100%). Czarne teksty umieszczone na ilustracjach lub aplach powinny być nadrukowane (overprint).

**F. Grubość linii:** dla linii jednokolorowych na białym tle – minimum 0,25 pkt, w kontrze – minimum 0,5 pkt, czterokolorowe – 0,7 pkt.

**G. Suma wartości tonalnych (TIL, TAC):** „Dom dla początkujących”, „Salon i Sypialnia”, „Świat Łazienek i Kuchni”, „Najlepiej Sprzedawane Projekty Domów”, „Polskie Domy i Ogrody”, „100% Wnętrza” – 320%; pozostałe czasopisma – 350%.

**H. Wydruk:** do pliku wysyłanego do Wydawnictwa na nośniku (CD, DVD) lub elektronicznie należy dołączyć (lub dostać) wydruk całego projektu w skali 1: 1.

**I. Proof (próba drukarska):** Wzorem kolorystycznym może być proof analogowy (Cromalin, Matchprint) lub proof cyfrowy. Proof bez paszków kontroli (koloru i szarości – umożliwiających pomiary densytometryczne) nie stanowi proofa kontraktowego, czyli nie może być podstawą do jakichkolwiek reklamacji druku. Odbitka próbna powinna być wykonana z tych samych plików, które zostaną dostarczone do druku.

**Reklamy gotowe i inne materiały reklamowe, dostarczone do Wydawnictwa po terminie określonym w Zamówieniu nie podlegają reklamacji. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za druk źle przygotowanych materiałów oraz informuje o możliwości wystąpienia różnic w kolorach względem prób drukarskich.**

**2. Artykuły reklamowe, projekty i prezentacje**

Przygotowuje redakcja na podstawie powierzonych materiałów. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo ustalenia ostatecznej (zgodnej z makietą) formy artykułów, projektów oraz prezentacji. Do w/w publikacji nie przyjmujemy zdjęć montowanych.

**A. Artykuły reklamowe**

dotyczy tytułów: „Dom dla Początkujących” i wydania specjalne, „Łazienka”, „Meble Plus”, „Produkcja Mebli”, wydania specjalne „Produkcji Mebli”, „Podłogi i Ściany”, „Salon i Sypialnia”, „Spa Business”, „Świat Łazienek i Kuchni”, „100% Wnętrza”, „Restaurator”, „Kuchnia Restauratora”, „Trendy i Produkty” – w stopce adresowej artykułu można zamieścić logo firmy oraz dwa adresy, – objętość tekstu do przygotowania artykułu powinna wynosić min. 2100 znaków wg MS Word, – na stronie artykułu reklamowego można zamieścić maksymalnie 5 zdjęć.

**B. Artykuł „producent poleca”**

dotyczy tytułów „Produkcja Mebli” oraz wydań specjalnych „Produkcji Mebli” – w stopce adresowej można zamieścić logo oraz adres – artykuł zawiera zdjęcie oraz opis produktu. Może zawierać również tekst wprowadzający lub dłuższy opis produktu i jego zastosowania; opinie producenta, użytkownika lub dystrybutora.

**C. Prezentacja „Produkt z rekomendacją”**

dotyczy „Dому dla początkujących” oraz wydań specjalnych „Budowa Domu bez Tajemnic” i „Wykańczanie Domu bez Tajemnic”

– w stopce adresowej można zamieścić 2 logo oraz dane teleadresowe firmy, – prezentacja zawiera charakterystykę jednego produktu lub określonej linii produktów wraz ze zdjęciem (1-stronicowa prezentacja zawiera tekst wraz ze zdjęciem produktu i jego zastosowania, 2-stronicowa – tekst uzupełniony o dodatkowe elementy, tj. opinie ekspertów, adresy punktów sprzedaży, rekomendowanych wykonawców itp. z maks. 8 zdjęciami).

**D. Prezentacje**

a. dotyczy „Budowa Domu bez Tajemnic” i „Wykańczanie Domu bez Tajemnic”, wydania specjalne „Produkcji Mebli”, dodatku „Płytki Ceramiczne” – podstawowa forma prezentacji (1 strona) zawiera 2 logo (z wyjątkiem „Plytek Ceramicznych” – 1 logo), nazwę, dane teleadresowe firmy (maks. 220 znaków), informacje o firmie (ok. 350 znaków), maksymalnie 4 produkty (lub linie wzornicze). Charakterystyka każdego produktu składa się z jednego zdjęcia i opisu (maks. 550 znaków). – w przypadku prezentacji w formie rozkładówki (dotyczy „Plytek Ceramicznych”) na lewej stronie zamieszczone jest jedno zdjęcie, opis produktu (maks. 1000 znaków). Prawa strona zawiera elementy takie jak podstawowa (jednostronicowa) forma prezentacji.

b. dotyczy „Kuchnia Restauratora”, dodatków „Prezenty”, „Drinki”, „Trendy i Produkty” – podstawowa forma prezentacji (1 strona) zawiera logo, nazwę, dane teleadresowe firmy (maks. 220 znaków), maksymalnie 6 produktów (lub linii wzorniczych), a w przypadku „Prezentów”, „Drinków” maksymalnie 4 produkty. Charakterystyka każdego produktu składa się z jednego zdjęcia i opisu (maks. 550 znaków), – w przypadku prezentacji w formie rozkładówki (dotyczy „Kuchnia Restauratora”) na lewej stronie zamieszczone jest jedno zdjęcie, opis produktu (maks. 1000 znaków). Prawa strona zawiera elementy takie jak podstawowa (stronicowa) forma prezentacji.

c. dotyczy „Przewodnika Wykonawcy – Izolacje i Termomodernizację”, „Przewodnika Ekipy Remontowo-Budowlanej” i „Przewodnika Parkieciarza” – objętość tekstu do przygotowania prezentacji powinna wynosić: min. 6000 znaków w przypadku dwustronicowej prezentacji i min. 3000 znaków w przypadku prezentacji jednostronicowej, – w stopce adresowej prezentacji można zamieścić logo firmy oraz dwa adresy,

– prezentacja zawiera zdjęcia, charakterystykę produktów, parametry techniczne oraz w przypadku prezentacji dwustronnicowej – rekomendację architekta, wykonawcy, sprzedawcy lub doradcy technicznego.

d. dotyczy wydań specjalnych: „Kosmetyki Profesjonalne – wiosna 2008”, „Kosmetyki Profesjonalne – jesień 2008” i „Profesjonalne Spa – przewodnik menadżera i inwestora”

– objętość tekstu do przygotowania prezentacji powinna wynosić przy 1 stronie min. 2100 znaków wg MS Word, przy 2 stronach – 4200 znaków, na 1 stronie prezentacji można zamieścić maksymalnie 5 zdjęć, w stopce adresowej prezentacji – logo firmy oraz dwa adresy.

e. dotyczy „À la Carte” i „Restauratora”

– podstawowa forma prezentacji (1 strona) zawiera logo, nazwę, dane teleadresowe firmy (max 220 znaków), maksymalnie dwie potrawy (trzy w „Restauratorze”. Charakterystyka każdej potrawy składa się z jednego zdjęcia dania, jednego zdjęcia produktu i opisu (w „Restauratorze” ok. 800 znaków, w „À la Carte” ok. 300 znaków),  
– w prezentacji w formie rozkładówki druga strona zawiera trzy potrawy.

f. dotyczy „Shake&Drink”

– podstawowa forma prezentacji (1 strona) zawiera logo, nazwę, dane teleadresowe firmy (max 220 znaków), jeden produkt. Charakterystyka każdego produktu składa się z jednego zdjęcia wraz z opisem (ok. 2000 znaków), maksymalnie dwóch zdjęć drinków wraz z opisami (ok. 200 znaków).

g. dotyczy „Karty Win”

– prezentacja firmy (1 strona) zawiera logo, nazwę i dane teleadresowe firmy (maks. 220 znaków), informacje o firmie (min. 1250 znaków, maks. 2150 znaków), maks. 4 zdjęcia i maks. 6 logo firm partnerskich,  
– prezentacja produktu zawiera jedno zdjęcie (min. wielkość 30 x 100 mm) i opis (maks. 675 znaków).

h. dotyczy katalogu „Wnętrza Publiczne”

– prezentacja firmy zawiera logo, dane teleadresowe, informacje o firmie, wybrane realizacje opatrzone komentarzem eksperta lub projektanta, zalety i zastosowanie wybranych produktów, materiałów oraz technologii, ilustrowane zdjęciami produktów, aranżacji.

#### **E. Projekty, artykuły reklamowe oraz prezentacje**

dotyczy wydawnictw „Najlepiej Sprzedawane Projekty Domów”, „Domy Drewniane”, „Polskie Domy i Ogrody”

– na stronie prezentacji lub artykułu reklamowego można zamieścić maks. 5 zdjęć, logo firmy oraz dwa adresy,

– w stopce adresowej projektu można zamieścić dwa loga firmy oraz dwa adresy,

– na stronie z projektem domu zamieszczamy: widok perspektywy, rzuty wszystkich kondygnacji, widok czterech elewacji, parametry użytkowe, spis pomieszczeń i powierzchni, krótki opis oraz – dot. „Najlepiej Sprzedawanych Projektów Domów” – cenę projektu i dane do kalkulacji kosztów budowy,

– warunki techniczne dotyczące przysyłanych materiałów do projektów: wizualizacja (tiff, jpg o minimalnych wymiarach 145x92 mm, w przypadku panoramy – 200x62 mm, a w katalogu „Domy Drewniane” 145x91 mm, w wydawnictwie „Polskie Domy i Ogrody” – 149x100 mm przy rozdzielczości 250-300 dpi), rzuty (cdr, ai, eps), elewacje (tiff, jpg 250-300 dpi – kolorowe lub czarno-białe; elewacje kreskowe powinny być maksymalnie uproszczone). Szczegółowe informacje dotyczące rzutów oraz innych opisów dostępne są w Wydawnictwie Publikator.

#### **E. Projekt z rekomendacją**

dotyczy „Domu dla początkujących” oraz „Polskich Domów i Ogrodów”

– w stopce adresowej można zamieścić dwa loga oraz adres,

– prezentacja zawiera wizualizację (tiff, jpg o minimalnych wymiarach 200x125 mm – dot. „Polskich Domów i Ogrodów”), rzuty wszystkich kondygnacji, widok 4 elewacji, parametry użytkowe, dane techniczne, przykładowe technologie budowy, opis projektu, komentarze, orientacyjne koszty budowy, cenę projektu oraz – dot. „Polskich Domów i Ogrodów” – wnętrze domu, inne warianty projektu.

#### **F. Prezentacje produktów, artykuły reklamowe, porady eksperta, kupony rabatowe**

dotyczy wydań specjalnych magazynów „Salon i Sypialnia”, „Świat Łazienek i Kuchni”

– prezentacja produktów obejmuje dowolną powierzchnię o modułach wielkości 1/4 strony lub wielokrotności: 1/2, całej strony, dwóch stron (rozkładówka) i zawiera opis produktów z wybranego działu tematycznego. Charakterystyka każdego produktu składa się ze zdjęcia wraz z opisem (maks. 550 znaków), ceną i stroną www.

– artykuł reklamowy, zamieszczony w wybranym dziale tematycznym, obejmuje dowolną powierzchnię o wielkości 1/2 strony, całej strony i może zawierać opis wybranego produktu lub grupy produktów, działalności firmy lub kierunków jej rozwoju, ilustrowany zdjęciami produktów, aranżacji.

– porada eksperta, zamieszczona w wybranym dziale tematycznym, obejmuje dowolną powierzchnię o modułach wielkości 1/2, 1/3 strony, całej strony i może zawierać wskazówki dotyczące wybranego problemu lub zastosowania wybranego produktu, ilustrowane zdjęciami produktów, aranżacji.

– kupon rabatowy zawiera logo firmy, informację o wielkości zniżki, nazwie produktu, który ona obejmuje, terminie i miejscu realizacji.

#### **Dostarczenie materiałów**

Zamawiający dostarcza materiały reklamowe do Wydawnictwa Publikator na adres: 15-113 Białystok, ul. Andersa 38 (IV piętro), tel. (085) 653 90 00, na swój koszt.

Materiały w wersji elektronicznej można dostarczać: na płytach CD, DVD, pocztą elektroniczną lub na serwer ftp.

*Uwaga: skrzynki poczty elektronicznej mają ograniczenie wielkości plików do 15 Mb.*

#### **Autoryzacja artykułów reklamowych, modułów, reklam, projektów, prezentacji**

**A.** Reklamy, artykuły reklamowe, moduły, projekty, prezentacje wykonane przez Wydawcę zostaną przesłane do Zleceniodawcy w celu autoryzacji e-mailem lub faksem. Brak pisemnych zastrzeżeń przez Zamawiającego w terminie 2 dni (4 dni w przypadku projektów) od momentu dostarczenia złożonej wersji (reklamy, artykułu reklamowego, modułu, projektu, prezentacji) uznawane będzie za bezwarunkową akceptację.

**B.** W przypadku niedotrzymania terminu nadesłania materiałów do przygotowania reklamy, artykułu reklamowego, modułu, projektu, prezentacji Wydawnictwo ma prawo do niewysyłania przygotowanej przez siebie reklamy do autoryzacji.

*Warunki obowiązują od 3 grudnia 2007 roku.*

#### **Materiały należy przesyłać na adres:**

Publikator Sp. z o.o. • 15-113 Białystok • ul. Andersa 38 • tel. (85) 653 90 00 • fax (85) 653 98 56 • poczta@publikator.com.pl • www.publikator.com.pl

