

Parametry techniczne

obowiązujące od 2 kwietnia 2007

Parametry techniczne

Druk techniką offsetową



Format całej strony:

po obcięciu: 225 mm x 275 mm
(dodatkowo 5 mm na spady)

Pozostałe formaty:

1/2 strony poziom: 200 mm x 122 mm
1/2 strony pion: 97,5 mm x 250 mm
1/3 strony pion: 63,5 mm x 250 mm

Papier:

środek: 80 gsm MAT
okładki: 170 gsm KREDA

Materiały prosimy przysyłać na adres:

Biuro Reklamy i Marketingu IDG Poland SA

04-204 Warszawa,
ul. Jordanowska 12, I piętro

Ania Bieniak

tel: (022) 321 79 10, fax: (022) 321 80 10
e-mail: Anna_Bieniak@idg.com.pl

ftp.idg.com.pl (157.25.183.6); user: idg; hasło:
easyaccess; katalog: upload/reklamy/kino domowe

dotyczące dostarczania materiałów reklamowych

I. Materiały reklamowe w postaci elektronicznej (druk przy wykorzystaniu technologii CTP)

1. Formaty plików:

a. reklamy całostronicowe:

- pliki zamknięte **PS, PRN** - composite CMYK bez separacji (z wydrukiem postscriptowym), przygotowane przy wykorzystaniu sterownika LaserWriter, plik PPD ssicolor.ppd. (2400 dpi, 150 lpi lub 60 l/cm). Plik jest dostępny na serwerze FTP: ftp.scticsoft.com (support/ssicolor_ppd).

b. reklamy o mniejszej powierzchni:

- zbiory formatu rastrowego - **EPS, TIFF** (nieskompresowane); rozdzielczość 300 ppi (ilustracje) lub 600 ppi (teksty)
- zbiory formatu wektorowego i wektorowo /rastrowego - **EPS**; teksty zamienione na krzywe; ilustracje i inne elementy ogłoszenia jawnie włączone do pliku.

Wszystkie materiały reklamowe przesyłane do Wydawnictwa w formie elektronicznej muszą zawierać **kolorowy wydruk** lub **podgląd** (w postaci pliku JPG lub PDF) gotowej reklamy. Brak podglądu lub wydruku reklamy uniemożliwia sprawdzenie jej poprawności.

II. Sposób dostarczania

- przyjmowanenośniki: dyskietka 3,5' (sformatowana na PC), ZIP, CD-ROM
- inne formy dostarczania elektronicznego reklam: e-mail lub serwer ftp wydawnictwa (ftp.idg.com.pl (157.25.183.6); user: idg; hasło: easyaccess; katalog: upload/reklamy/kino domowe).

III. Wymagania

- wymiary ogłoszenia zgodne z wymiarami wykupionej powierzchni reklamowej (nie dotyczy ogłoszeń „na spad”)
- reklamy „na spad” - 5 mm większe (z każdej strony) od formatu „po obcięciu”, a wszystkie elementy grafiki (z wyjątkiem tła) umieszczone w odległości co najmniej 5 mm w głąb reklamy od linii cięcia
- bardzo cienkie elementy graficzne, a także małe lub cienkie fonty (mniejsze niż 12pt.) złożone lub wybrane tylko z jednego koloru
- minimalny stopień pisma to 7 pt., najmniejsza grubość linii to 0,4 pt.
- czarne teksty na kolorowym tle powinny być nadrukowane (overprint), niedopuszczalne jest wybieranie tła spod takich napisów
- dołączona próbna odbitka kolorystyczna z uwzględnieniem kolorystyki podłoża, z umieszczonym paskiem kontrolnym ze stopniową skalą barw (oddzielną dla każdego koloru). Odbitka bez skali nie jest wiarygodną podstawą do druku.

IV. Reklamy zlecane do opracowania przez wydawnictwo

1. Formaty plików:

- zbiory formatu rastrowego **EPS, TIFF** (nieskompresowane), **JPG**, (CMYK) rozdzielczość 300 ppi (ilustracje) lub 600 ppi (teksty)
- zbiory formatu wektorowego i wektorowo /rastrowego **EPS, AI** - teksty zamienione na krzywe.

2. Pozostałe wymagania:

- wydawnictwo musi otrzymać wszystkie konieczne elementy składowe
- każdy z elementów wczytanych do pliku przygotowany w CMYK, rozdzielczość minimum 300 ppi
- elementy składowe plików jawnie włączone do pliku.

3. Koszt i warunki przygotowania lub korekty materiału reklamowego do każdorazowego potwierdzenia w Biurze Reklamy i Marketingu.

Uwaga:

W przypadku niedostarczenia próby kolorów (np. Cromalin, Matchprint, Iris itd.) wykonanych z przesłanego materiału, IDG nie odpowiada za kolorystykę opublikowanej reklamy. Niespełnienie jakiegokolwiek z powyższych warunków wyklucza uznanie reklamacji dotyczącej jakości wykonanej usługi.