

UWAGA!

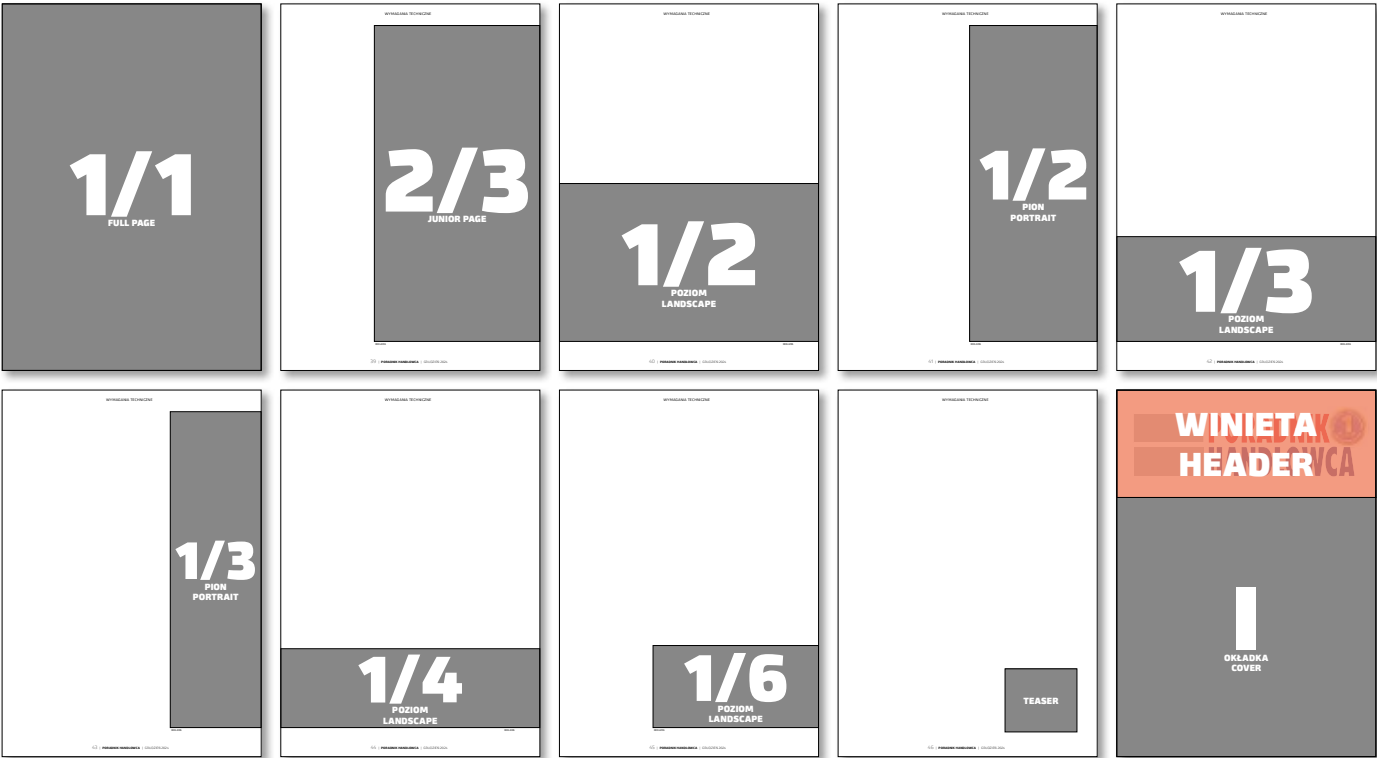
W związku z bardzo częstym przesyłaniem reklam zawierających błędy, prosimy zwrócić szczególną uwagę na następujące kwestie*:

- » formaty plików:
 - plik **.pdf** (rastry w pliku 300dpi, CMYK)
 - plik **.tiff** (rozdzielczość 300dpi, CMYK)
 - do wersji produkcyjnych proszę dołączyć podglądowy plik .jpg w separacji CMYK wygenerowany z pliku ostatecznego
 - **nie przyjmujemy plików .eps, .ai, .pdf przygotowanych w Corel Draw**
 - w przypadku pracy w tym programie dopuszczamy tylko pliki w formacie .tiff
- » formaty reklam - **patrz str. 2**
- » reklama musi być przygotowana w rozdzielczości **300 dpi**
- » każda reklama musi posiadać **5 mm spadu** wokoło formatu netto
- » projekty muszą zawierać **5 mm margines bezpieczeństwa** (wewnątrz formatu netto), dobrą praktyką jest zachowanie 10 mm marginesu dla ważnych elementów, takich jak: teksty, znaczki, logotypy
 - na rozkładówkach należy unikać umieszczania ważnych elementów przypadających na łamaniu gazety
- » teksty w kolorze czarnym powinny być tylko z jednego koloru - **Black**, dodatkowo powinny mieć nadane **nadrukowanie (overprint)**, szczególnie te mające poniżej 10 pt
- » wszystkie użyte w projekcie fonty powinny być osadzone w pliku
- » podczas konwersji (np.) z **RGB** do **CMYK**, należy zadbać o prawidłowe rozbarwienie, zwracając szczególną uwagę na elementy czarne/szare
- » wszelkie dostarczane pliki muszą być przygotowane w separacji **CMYK** opartej na profilu:
 - dla stron w środku gazety [PSO_LWC_Standard_eci](#) 
 - dla okładek [ISOcoated_v2_eci](#) 
 - profile dostępne pod adresem <https://przecinek.studio/profile/> 
- » **maksymalne wysycenie CMYK** (procentowa suma kolorów w danym punkcie, inaczej TIC, „nafarwienie”), które może zostać wykorzystane przy przygotowywaniu plików, nie może przekraczać:
 - dla reklam osadzonych w środku gazety **300 %**, np. C=80 %, M=60 %, Y=60 %, K=100 % ($\Sigma=300$ %)
 - dla okładek **330 %**
- » na layoutach produktów alkoholowych oraz wyrobów tytoniowych musi znajdować się zapis **INFORMACJA DLA CELÓW HANDLOWYCH** – w dokładnie tak brzmiącej formule
- » nie ingerujemy w przesłane reklamy, które zawierają błędy**

* Jeżeli dostarczone materiały nie będą spełniały w całości powyższych WYMAGAŃ TECHNICZNYCH DOTYCZĄCYCH PRZYGOTOWANIA REKLAM, reklamacje nie będą uwzględniane.

** Biuro Promocji i Reklamy Generalczyk będzie obciążać kosztami ponownego sprawdzenia reklamy Klienta w momencie nadesłania kolejnego pliku reklamy wcześniej już przesłanego do druku.

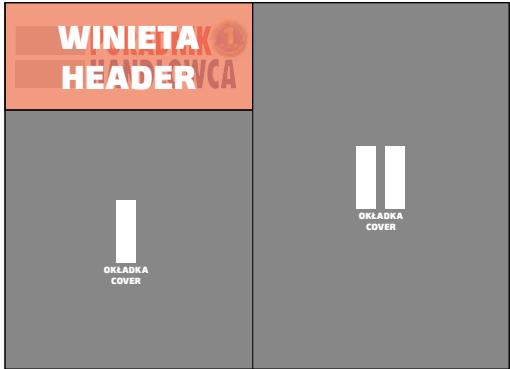
FORMATY REKLAM



FORMATY		ROZMIAR NETTO (w mm)
1/1	FULL PAGE	205 x 290
2/3	JUNIOR PAGE	131 x 250
1/2	STRONY W POZIOMIE	205 x 125
1/2	STRONY W PIONIE	101 x 250
1/3	STRONY W POZIOMIE	205 x 83
1/3	STRONY W PIONIE	72 x 250
1/4	STRONY W POZIOMIE	205 x 62,5
1/6	STRONY W POZIOMIE	131 x 65
T	TEASER	57 x 50
I	OKŁADKA	205 x 290 (205 x 205)*
II-IV	OKŁADKA	205 x 290

* 205 x 205 - wymiar fizyczny reklamy, pozostała część formatu (czyli powierzchnia 85 mm) musi być kontynuacją tła reklamy, na którym znajduje się winieta tytułu

ROZMIAR NETTO (w mm)	
BRAZILIAN COVER	399 x 290
I OKŁADKA	196 x 290
II OKŁADKA	203 x 290



MAKIETA

