

Materiały powinny być przekazane do Biura Reklamy w formie elektronicznej na nośnikach danych cyfrowych sformatowanych na PC (CD-ROM lub DVD) i tak przygotowane, żeby można było je wykorzystać do wydania drukowanego i internetowego.

REKLAMY CAŁOSTRONICOWE I NA ROZKŁADÓWKACH

do wydania drukowanego:

- wymagane są pliki kompozytowe w wersji PDF 1.4 generowane Adobe Acrobat Distillerem od wersji 5.0 wzwyż i z plikiem ustawień Creo PDF Pages.joboptions oraz CreoDistillerAssistant dostępnymi na stronie internetowej <http://www.quadgraphics.pl/tresc/Uslugi/Prepress>, na której umieszczona jest również instrukcja użytkowania plików.
- przed wysłaniem materiałów należy sprawdzić pliki odpowiednim programem, np. Enfocus PitStop lub Adobe Acrobat, od wersji 6.0 wzwyż (profile preflightu znajdują się na stronie internetowej <http://www.quadgraphics.pl/tresc/Uslugi/Prepress>), w celu wykrycia najczęściej pojawiających się błędów
- rozdzielczość zdjęć zawartych w plikach cyfrowych nie może być niższa niż 300 dpi. Przesłanie grafiki o niższej rozdzielczości oznacza akceptację na obniżenie jakości danego zdjęcia.
- kąty rastra (eliptyczny) w drukarni wynoszą odpowiednio: K - 165°; C - 105°; M - 45°; Y - 90°. Zastosowanie rastra o innych parametrach (liniaturze, innym kącie lub innej rozdzielczości naświetlania), niż wyżej wymienione powinno być konsultowane z Biurem Reklamy
- suma farb (TAC lub TIL) nie może przekraczać 320% dla okładki i 300% dla stron wewnętrznych
- dla każdej ze stron należy generować oddzielny plik, w przypadku rozkładówek całostronicowych należy tworzyć oddzielne pliki dla lewej i prawej strony
- linie cięcia należy ustawić na format netto reklamy, a paski kolorystyczne umieścić poza formatem brutto
- w nazwie pliku nie wolno umieszczać polskich znaków, spacji oraz znaków specjalnych (* > ! itp.). Dopuszczalne jest tylko zastosowanie znaku podkreślenia
- wielkość trim box'u* musi być zgodna z formatem strony netto
- używane czcionki muszą być zamienione na krzywe
- pliki kompozytowe muszą zawierać separację kolorów w modelu CMYK wg profilu ICC:
 - dla stron wewnętrznych i okładek dostępnego na stronie http://www.polityka.pl/_resource/fs/res/reklama/materialy/ICC_profil_wydaniespecjalne/

* Trim box – jest to obszar zdefiniowany w formacie PDF, który określa format strony netto (po wydrukowaniu i obcięciu). Dokument dostarczony do Drukarni musi posiadać zdefiniowany trim box. Ustawienie trim box'u może być sprawdzone w programie Adobe Acrobat Professional.

POZOSTAŁE FORMATY REKLAM – jeden plik do wydania drukowanego i internetowego:

- muszą być zapisane jako pliki EPS (EPS zgodny z wersją Adobe Illustrator CS2) lub TIF w rozdzielczości 300 dpi, z sumą barw 300%
- muszą zawierać separację kolorów w modelu CMYK wg profilu ICC dostępnego na stronie http://www.polityka.pl/_resource/fs/res/reklama/materialy/
- używane czcionki muszą być zamienione na krzywe
- pliki muszą być przygotowane na format brutto (czyli format netto + spady 5 mm) – z wyjątkiem reklam przygotowanych na powierzchnię zadruku
- w przypadku formatów nietypowych (N) przechodzących przez linię grzbietu:
 - wszystkie materiały graficzne powinny być przygotowane w jednym użytku
 - linia grzbietu nie może dzielić wyrazów, odstęp między wyrazami na każdej ze stron nie może być mniejszy niż 1 mm od linii grzbietu

- niedopuszczalne jest wypuszczanie ilustracji kilka milimetrów na sąsiednią stronę
- pozostałe parametry jak w przypadku reklam całostronicowych

ODBITKI PRÓBNE

- do każdej reklamy należy dołączyć kolorystyczną odbitkę próbną wykonaną z odpowiednim profilem ICC:
 - dla stron wewnętrznych dostępnego na stronie: http://www.polityka.pl/_resource/fs/res/reklama/materialy/ICC_profil_ws_srodki/
 - dla okładek dostępnego na stronie: http://www.polityka.pl/_resource/fs/res/reklama/materialy/ICC_profil_ws_okladka/
- na każdej odbitce próbnej powinien być umieszczony pasek kontrolny (poza formatem brutto) ze stopniową skalą barw. Rekomendowanym paskiem jest Ugra/Fogra Media Wedge. Można również zastosować zmodyfikowany pasek, który znajduje się na stronie: http://www.polityka.pl/_resource/fs/res/reklama/materialy/pasek_kontrolny.tif
- każdy proof powinien być opatrzony certyfikatem potwierdzającym poprawność jego wykonania. Certyfikat zawiera wyniki pomiarów pół kontrolnych paska pomiarowego, wyrażone jako ΔE
- w przypadku braku na proofie paska kontrolnego, druk odbędzie się zgodnie z wartościami normatywnymi z normy ISO 12647-2.
- odbitki próbne należy wykonać po ostatniej korekcie plików przekazanych do druku – w innym przypadku nie będą stanowiły tzw. proofów kontraktowych i nie będą podstawą do reklamacji

UWAGI

- Elementy na spad – powinny wychodzić poza linię cięcia minimum 5 mm. Spady powinny występować ze wszystkich stron.
- Ważne elementy tekstowe lub graficzne powinny znajdować się w odległości minimum 5 mm od linii cięcia.
- W przypadku reklam na II i III okładkę ważne elementy tekstowe i graficzne powinny znajdować się w odległości min. 10 mm od grzbietowej linii cięcia ze względu na oprawę klejoną.
- Minimalny stopień pisma drukowanego więcej niż jednym kolorem lub w kontrze wynosi 10 pkt. dla krojów 2-elementowych oraz 8 pkt. dla krojów jednoelementowych.
- Najmniejsza dopuszczalna grubość linii to 0,2 pkt. Linie wykonane w kontrze lub w więcej niż jednym kolorze powinny mieć grubość nie mniejszą niż 0,75 pkt.
- Czarne teksty na kolorowym tle, o wielkości mniejszej lub równej 24 pkt, powinny być nadrukowane (Overprint). Niedopuszczalne jest wybieranie tła spod takich napisów.
- Czarne teksty większe niż 24 pkt. oraz czarne aple powinny mieć podłożone kolory: C - 50%, M - 40%, Y - 40%, w celu uzyskania większej głębi koloru czarnego.

Bardzo prosimy o szczegółowe zapoznanie się z niniejszą specyfikacją techniczną. Zastosowanie się do przedstawionych wyżej uwag jest podstawowym warunkiem do spełnienia Państwa oczekiwań co do jakości wydrukowanej reklamy.

Pełne informacje i wymogi techniczne znajdują się na stronie <http://www.quadgraphics.pl/tresc/Uslugi/Prepress>