



# CENNIK OGŁOSZEŃ I REKLAM

AKTUALNY OD 1 MAJA 2013

**Biuro** **POLITYKI**  
**Reklamy**



BIURO REKLAMY: ul. Słupecka 6, 02-309 Warszawa,  
tel. (22) 451-61-36, 451-61-33, fax (22) 451-61-37  
e-mail: reklama@polityka.com.pl  
adres internetowy: [www.polityka.pl/biuroreklamy](http://www.polityka.pl/biuroreklamy)

## I. WARUNKI SPRZEDAŻY REKLAM

- Podstawą do zamieszczenia reklamy w tygodniku POLITYKA jest zamówienie lub zlecenie reklamowe podpisane przez upoważnionego przedstawiciela płatnika, określające rodzaj reklamy, jej powierzchnię, terminy realizacji, terminy i warunki płatności oraz cenę i wysokość upustów.
- Podane w cenniku ceny ogłoszeń i reklam dotyczą zajętej powierzchni reklamowej oraz materiałów gotowych do druku. Za opracowanie graficzno-techniczne lub wykonanie reklamy według dostarczonego projektu dolicza się jednorazowo dodatkowe koszty, w zależności od powierzchni i złożoności grafiki.
- Wywiady i artykuły reklamowe/promocyjne płatne są według cen kolumn redakcyjnych w zależności od zajętej powierzchni. Przygotowanie tekstów wywiadów i artykułów reklamowych/promocyjnych obciąża zleceniodawcę. Gotowe wywiady i artykuły reklamowe/promocyjne mogą być publikowane w ramce i będą opatrzone nadtytułem „promocja”, „reklama” lub inną formą dopuszczoną przez wydawcę (np. „materiał informacyjno-promocyjny”, „materiał informacyjny”, „prezentacja”). Nie będą przyjmowane do publikacji materiały upodabniające się graficznie do kolumn redakcyjnych POLITYKI.
- Jeśli w reklamie, ogłoszeniu, insercie zleceniodawcy pojawiają się logotypy innych firm – materiał reklamowy wymaga akceptacji redakcji przed podpisaniem zlecenia.
- Poza standardową reklamą istnieje możliwość zamieszczania nietypowych form reklamy w postaci insertów, wkładek, wszywek itp. Forma, termin i cena podlegają każdorazowo uzgodnieniu z Biurem Reklamy. Przed zawarciem umowy wymagane jest przedstawienie wzoru powyższych form do akceptacji redakcji. Materiały, które upodabniają się graficznie do kolumn redakcyjnych tygodnika lub zawierają obce reklamy, nie uzyskują akceptacji.
- Zamówienia lub zlecenia reklamowe powinny być dostarczone na 30 dni przed datą publikacji na okładki, 21 dni przed datą publikacji na strony wewnętrzne. Gotowe materiały graficzne powinny być dostarczone najpóźniej 10 dni przed ukazaniem się numeru, artykuły promocyjne najdalej 14 dni przed ukazaniem się numeru.
- Zamówienia lub zlecenia dotyczące nietypowych form reklamy (inserty, wkładki, banderole, foliowanie) powinny być dostarczone 4 tygodnie przed publikacją po uprzedniej rezerwacji i akceptacji materiałów.
- Redakcja ma prawo odmowy przyjęcia do realizacji materiałów nienadających się do reprodukcji z powodu złej jakości lub nieodpowiadających parametrom technicznym.
- Wszelkie zmiany w treści reklamy – podane wyłącznie na piśmie – mogą być dokonane najpóźniej 7 dni przed ukazaniem się numeru.
- W przypadku nieotrzymania nowych materiałów w terminach określonych w pkt 6a, 6b oraz wynikających ze zlecenia wykorzystane zostaną materiały z poprzedniej publikacji.
- W przypadku wycofania zlecenia/zamówienia w terminie 11-20 dni przed ukazaniem się numeru zleceniodawca ponosi koszty w wysokości 30-50%. Wycofanie zamówienia lub zlecenia reklamowego w terminie 10 dni lub krótszym przed ukazaniem się numeru uprawnia redakcję do obciążenia zleceniodawcy równowartością 100% uzgodnionej wartości reklamy.
- Jeżeli materiały graficzne dostarczone do reprodukcji mają być zwrócone zleceniodawcy, należy to wyraźnie zaznaczyć na zleceniu/zamówieniu.
- Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczanych ogłoszeń i reklam oraz może odmówić zamieszczenia ogłoszenia, reklamy, insertu, jeśli ich treść lub forma pozostają w sprzeczności z prawem, linią programową i charakterem pisma oraz zasadami publikacji ogłoszeń i reklam.
- Reklama wydrukowana może różnić się kolorystycznie od dołączonej próby kolorów o +/- 3%.
- Redakcja ma prawo odmowy publikacji reklam w trakcie realizacji zamówienia lub zlecenia, jeśli ich forma lub treść spotka się z negatywnym odbiorem czytelników i sympatyków tygodnika.

- Redakcja ma również prawo wycofania reklamy w trakcie realizacji zamówienia lub zlecenia, jeśli z takim żądaniem na piśmie zwróci się Komisja Etyki Reklamy działająca przy Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy.
- Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe na skutek sił wyższych, które zakłóciły częściowo lub całkowicie produkcję lub dystrybucję tygodnika.
- Należność za publikację ogłoszeń i reklam obliczana jest według cennika obowiązującego w dniu ukazania się numeru.
- Zmianę cennika reklam redakcja opublikuje na [www.polityka.pl/biuroreklamy](http://www.polityka.pl/biuroreklamy) 4 tygodnie przed jej wprowadzeniem.

## II. REKLAMACJE

- Ewentualne reklamacje, wyłącznie na piśmie z trzema egzemplarzami dowodowymi, przyjmowane są w ciągu 14 dni od daty ukazania się ogłoszenia lub reklamy.
- Reklamacji nie podlegają reklamy, których projekty dostarczono bez cromaolinu lub które nie spełniają wszystkich wymogów technicznych.
- Reklamacje złożone po terminie lub bez egzemplarzy dowodowych nie będą rozpatrywane.
- W przypadku uznania reklamacji strony zgodnie ustalą drogą negocjacji uzasadnioną wielkość i formę zadośćuczynienia w zależności od stopnia lub wielkości błędnie wydrukowanego nakładu.

## III. WARUNKI PŁATNOŚCI

- Płatność za druk ogłoszeń i reklam dokonywana jest na konto:

Raiffeisen Bank Polska S.A.

71 1750 0009 0000 0000 1004 2682

- Ustaloną kwotę należy wpłacić w terminie określonym w zleceniu/zamówieniu, nie później niż 14 dni od daty wystawienia faktury.
- Warunki i terminy płatności w wyjątkowych przypadkach mogą być ustalone indywidualnie ze zleceniodawcą.
- Każdy nowy zleceniodawca zobowiązany jest do przedpłaty za pierwsze trzy publikacje reklam.
- W przypadku opóźnienia płatności w terminie ustalonym zgodnie z ustępem III pkt 2, zleceniodawca zostanie obciążony odsetkami zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi.
- Redakcja zastrzega sobie prawo wstrzymania druku zamówionych ogłoszeń i reklam, jeśli poprzednie nie zostały opłacone.

## IV. W SPRAWACH SPORNYCH NIEUJĘTYCH W POWYŻSZYCH ZASADACH MAJĄ ZASTOSOWANIE PRZEPISY PRAWA PRASOWEGO I KODEKSU CYWILNEGO.

## V. ZAMÓWIENIE OGŁOSZENIA LUB REKLAMY NA PIŚMIE OZNACZA AKCEPTACJĘ POWYŻSZYCH WARUNKÓW SPRZEDAŻY W CAŁOŚCI.

IV okładka		119 000 PLN
II okładka		104 000 PLN
III okładka		90 000 PLN
Rozkładówka (II okładka + 3 str.)	A-15	190 000 PLN
Rozkładówka (str. 4+5)	A-15	160 000 PLN
Rozkładówka (do 35 str.)	A-15	140 000 PLN
Rozkładówka (naturalna)	A-15	125 000 PLN
1/1 strona prawa (3 str.)	A-14	104 000 PLN
1/1 strona prawa (5 str.)	A-14	97 000 PLN
1/1 strona prawa (do 19 str.)	A-14	93 000 PLN
1/1 strona prawa (21-35 str.)	A-14	89 000 PLN

		I połowa	II połowa
2/1 rozkładówka	A-15	135 000 PLN	120 000 PLN
1/1 strona (prawa)	A-14	86 000 PLN	78 000 PLN
1/1 strona (lewa)	A-14	77 000 PLN	70 000 PLN
Junior page (prawa)	A-7	54 000 PLN	48 000 PLN
Junior page (lewa)	A-7	51 000 PLN	46 000 PLN
1/2 strony (prawa)	A-12, A-13	48 000 PLN	44 000 PLN
1/2 strony (lewa)	A-12, A-13	44 000 PLN	40 000 PLN
1/3 strony (prawa)	A-4, A-6, A-11	34 000 PLN	30 000 PLN
1/3 strony (lewa)	A-4, A-6, A-11	31 000 PLN	28 000 PLN
1/4 strony (prawa)	A-3, A-10, A-16	26 000 PLN	24 000 PLN
1/4 strony (lewa)	A-3, A-10, A-16	22 000 PLN	20 000 PLN
1/5 strony (prawa)	A-9		18 000 PLN
1/5 strony (lewa)	A-9		14 000 PLN
1 moduł (prawa)	A-1		9 000 PLN
1 moduł (lewa)	A-1		7 000 PLN

ceny bez podatku VAT

## REKLAMY CZARNO-BIAŁE

Cena reklamy czarno-białej stanowi 70% ceny reklamy kolorowej o danej powierzchni

## DOPŁATY

- 10% - wybór działu lub miejsca
- 10% - strony konsekwentne
- 15% - dodatkowe logotypy w reklamie
- możliwe są niestandardowe formaty reklam – po uzgodnieniu i indywidualnej wycenie

## UWAGI

- Ceny dotyczą materiałów gotowych do druku.
- Redakcja zastrzega sobie prawo do zmiany cen w trakcie obowiązującego terminu ważności cennika.

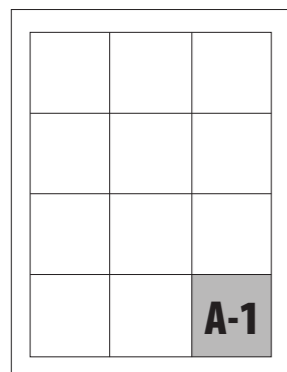
## wydanie podstawowe

## strony redakcyjne

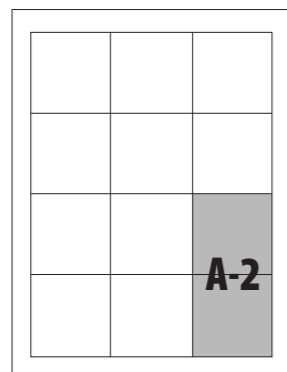
## wydanie podstawowe

## ogłoszenia modułowe

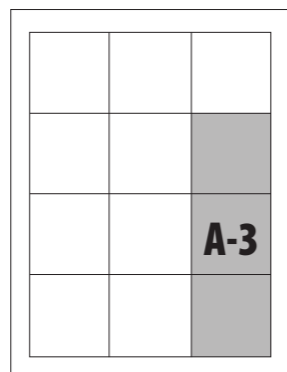
AKTUALNY OD 1 MAJA 2013



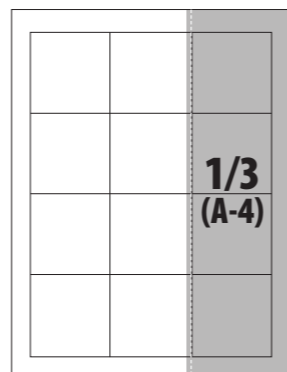
pow. zadruku .....57x56



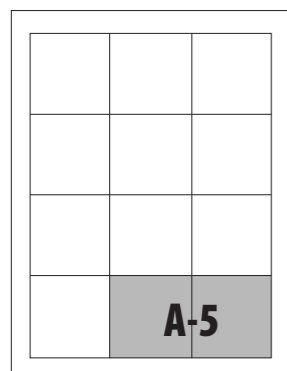
pow. zadruku .....57x117



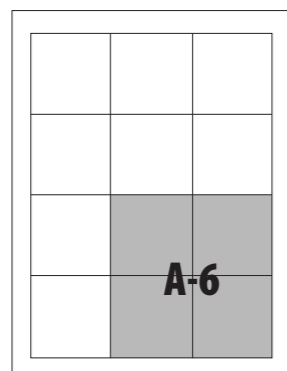
pow. zadruku .....57x178



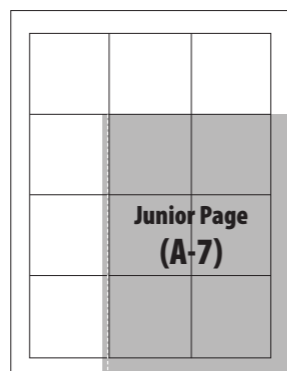
przed obcięciem ..... 84x282  
po obcięciu ..... 74x272  
pow. zadruku ..... 57x239



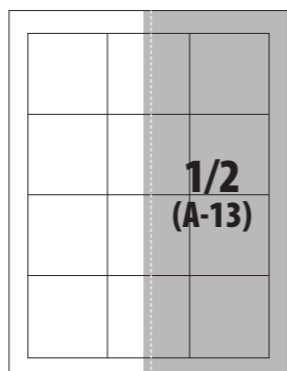
pow. zadruku ..... 119x56



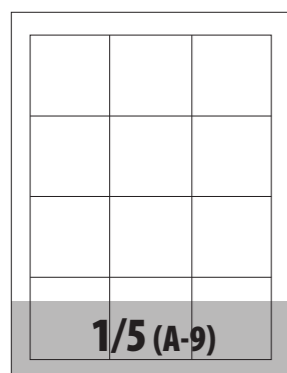
pow. zadruku ..... 119x117



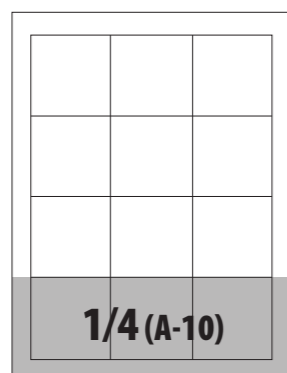
przed obcięciem ..... 146x197  
po obcięciu ..... 136x192  
pow. zadruku ..... 119x178



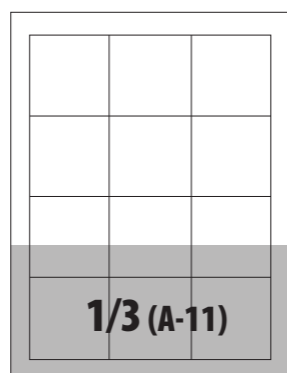
przed obcięciem ..... 115x282  
po obcięciu ..... 105x272  
pow. zadruku ..... 88x239



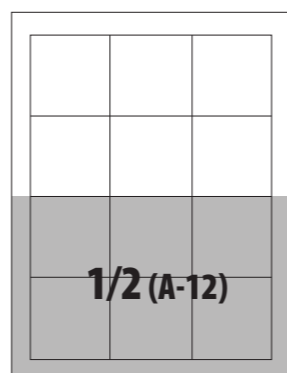
przed obcięciem ..... 220x59  
po obcięciu ..... 210x54



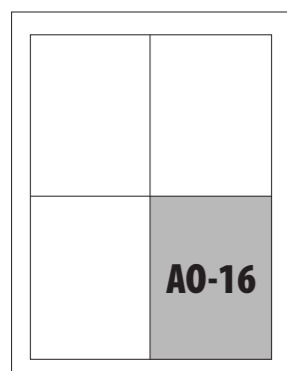
przed obcięciem ..... 220x75  
po obcięciu ..... 210x70  
pow. zadruku ..... 181x56



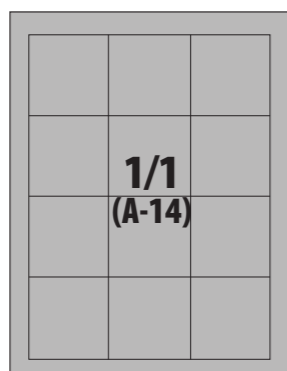
przed obcięciem ..... 220x95  
po obcięciu ..... 210x90  
pow. zadruku ..... 181x76



przed obcięciem ..... 220x136  
po obcięciu ..... 210x131  
pow. zadruku ..... 181x117



pow. zadruku ..... 87x116



przed obcięciem ..... 220x282  
po obcięciu ..... 210x272  
pow. zadruku ..... 181x239



przed obcięciem ..... (2x) 220x282  
po obcięciu ..... (2x) 210x272  
pow. zadruku ..... (2x) 181x239

### Reklamy modułowe drukowane wyłącznie w sąsiedztwie innych reklam

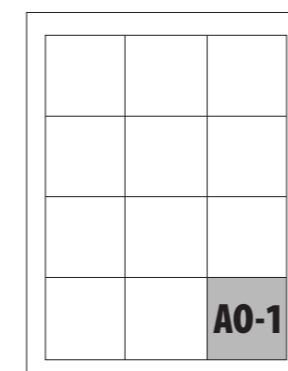
1 moduł	AO-1	2 600 PLN
2 moduły	AO-2, AO-5	5 200 PLN
3 moduły	AO-3, AO-10	7 800 PLN
4 moduły	AO-4, AO-6	10 400 PLN
1/2 strony	AO-12	15 600 PLN
box reklamowy - kolumna „Warto wiedzieć & Warto poznać”	AO-16	10 000 PLN

ceny bez podatku VAT

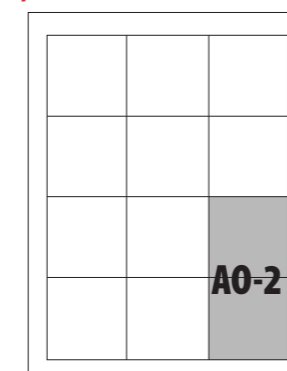
### UWAGI

- Ceny dotyczą reklam kolorowych i czarno-białych.
- Ceny dotyczą materiałów gotowych do druku.
- Redakcja zastrzega sobie prawo do zmiany cen w trakcie obowiązywania terminu ważności cennika.

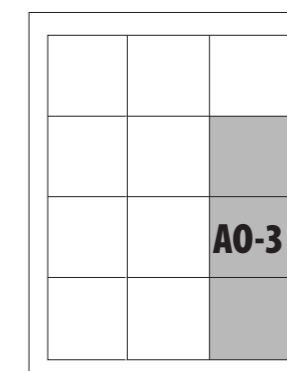
### FORMATY REKLAM (mm)



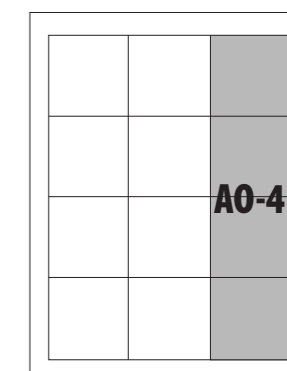
pow. zadruku .....57x56



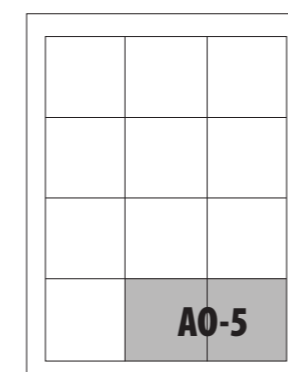
pow. zadruku ..... 57x117



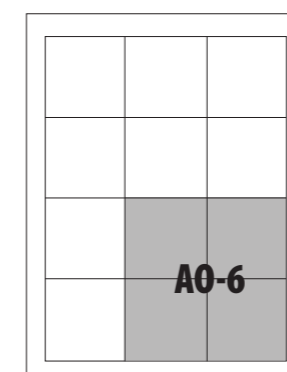
pow. zadruku ..... 57x178



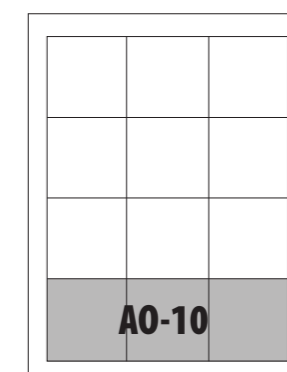
pow. zadruku ..... 57x239



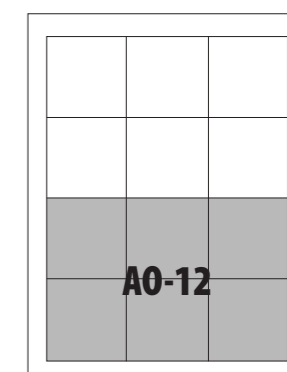
pow. zadruku .....119x56



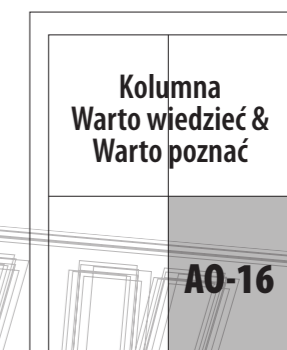
pow. zadruku ..... 119x117



pow. zadruku ..... 181x56



pow. zadruku ..... 181x117



pow. zadruku ..... 95x120

## 1. INSERTY

## koszt medialny:

- ogólnopolskie	od 40 000 *
- woj. mazowieckie	od 15 000 *
- pozostałe regiony	8 000 - 10 000 (w zależności od nakładu w danym województwie)

## koszt techniczny: zależny od rodzaju insertu (format, liczba stron, waga...)

ceny bez podatku VAT

## 2. WSZYWKI

## koszt medialny:

- pomiędzy składkami	od 45 000 *
- na rozkładówce naturalnej	od 90 000 *

## koszt techniczny: zależny od rodzaju wszywki (format, liczba stron, waga...)

ceny bez podatku VAT

## 3. WKLEJKI

## koszt medialny: cena podstawowa wykupionej powierzchni

## koszt techniczny: zależny od rodzaju wklejki (format, liczba stron, waga...)

## 4. BANDEROLE, FOLIOWANIE, UNISERTY – koszt medialny i techniczny: do negocjacji

\* Koszt uzależniony od rodzaju insertu lub wszywki

## UWAGI

- Ceny dotyczą gotowych materiałów przygotowanych przez reklamodawcę i dostarczonych do drukarni.
- Przed zawarciem umowy wymagane jest przedłożenie wzoru do akceptacji redakcji. Nie będą przyjmowane materiały upodabniające się graficznie do kolumn redakcyjnych POLITYKI lub zawierające obce reklamy.
- Redakcja zastrzega sobie prawo do zmiany cen w trakcie obowiązywania terminu ważności cennika.

**Materiały powinny być przekazane do Biura Reklamy w formie elektronicznej na nośnikach danych cyfrowych sformatowanych na PC (CD-ROM lub DVD).**

## REKLAMY CAŁOSTRONICOWE I ROZKŁADÓWKI

- wymagane są pliki kompozytowe w wersji PDF 1.4 generowane Adobe Acrobat Distillerem od wersji 5.0 wzwyz i z plikiem ustawień Creo PDF Pages.joboptions oraz CreoDistillerAssistant dostępnymi na stronie internetowej <http://www.quadwinkowski.pl/tresc/Uslugi/Prepress>, na której umieszczona jest również instrukcja użytkownika plików.
- przed wysłaniem materiałów należy sprawdzić pliki odpowiednim programem, np. Enfocus PitStop lub Adobe Acrobat, od wersji 6.0 wzwyz (profile preflightu znajdują się na stronie internetowej <http://www.quadwinkowski.pl/tresc/Uslugi/Prepress>), w celu wykrycia najczęściej pojawiających się błędów
- suma farb (TAC lub TIL) nie może przekraczać 300% dla okładki i 260% dla stron wewnętrznych**
- rozdzielczość zdjęć zawartych w plikach cyfrowych nie może być niższa niż 300 dpi. Przesłanie grafiki o niższej rozdzielczości oznacza akceptację na obniżeniu 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
- 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
- pliki kompozytowe muszą mieć dołączone wszystkie używane czcionki (dokument zamknięty) i 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\\_druk](http://www.polityka.pl/_resource/fs/res/reklama/materialy/ICC_profil_druk)

\* 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 I FORMATY NIESTANDARDOWE

- muszą być zapisane jako pliki EPS (EPS zgodny z wersją Adobe Illustrator CS2) lub TIF w rozdzielczości 300 dpi, z **sumą barw 260%**
- muszą zawierać separację kolorów w modelu CMYK wg profilu ICC dostępnego na stronie [http://www.polityka.pl/\\_resource/fs/res/reklama/materialy/](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 niestandardowych (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 PÓBNE

- 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\\_strony\\_wewnetrzne](http://www.polityka.pl/_resource/fs/res/reklama/materialy/ICC_profil_strony_wewnetrzne)
  - dla okładek dostępnego na stronie [http://www.polityka.pl/\\_resource/fs/res/reklama/materialy/ICC\\_profil\\_okladki](http://www.polityka.pl/_resource/fs/res/reklama/materialy/ICC_profil_okladki)
- 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](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
- niedostarczenie odbitki próbnej oznaczać będzie brak podstaw do reklamacji koloru.

## 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.
- 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.quadwinkowski.pl/tresc/Uslugi/Prepress>