POLITYKA

CENNIK OGŁOSZEŃ I REKLAM

AKTUALNY OD 1 MAJA 2016

strony redakcyjne

IV okładka		159 000 PLN
II okładka		138 000 PLN
III okładka		115 000 PLN
Rozkładówka (II okładka + 3 str.)	A-15	253 000 PLN
Rozkładówka (str. 4+5)	A-15	213 000 PLN
Rozkładówka (str. 6+7)	A-15	202 000 PLN
Rozkładówka (do 35 str.)	A-15	190 000 PLN
Rozkładówka (naturalna)	A-15	167 000 PLN
1/1 strona prawa (3 str.)	A-14	138 000 PLN
1/1 strona prawa (5 str.)	A-14	133 000 PLN
1/1 strona prawa (7 str.)	A-14	127 000 PLN
1/1 strona prawa (do 23 str.)	A-14	124 000 PLN
1/1 strona prawa (25–35 str.)	A-14	119 000 PLN

		I połowa	II połowa
2/1 rozkładówka	A-15	179 000 PLN	150 000 PLN
1/1 strona (prawa)	A-14	115 000 PLN	98 000 PLN
1/1 strona (lewa)	A-14	103 000 PLN	88 000 PLN
Junior page (prawa)	A-7	73 000 PLN	61 000 PLN
Junior page (lewa)	A-7	66 000 PLN	52 000 PLN
Mini Junior page (prawa)	A-6	52 000 PLN	43 000 PLN
Mini Junior page (lewa)	A-6	48 000 PLN	39 000 PLN
1/2 strony (prawa)	A-12, A-13	65 000 PLN	55 000 PLN
1/2 strony (lewa)	A-12, A-13	58 000 PLN	50 000 PLN
1/3 strony (prawa)	A-4, A-11	46 000 PLN	40 000 PLN
1/3 strony (lewa)	A-4, A-11	42 000 PLN	36 000 PLN
1/4 strony (prawa)	A-3, A-10, A-16	35 000 PLN	31 000 PLN
1/4 strony (lewa)	A-3, A-10, A-16	30 000 PLN	26 000 PLN
1/5 strony (prawa)	A-9		22 000 PLN
1/5 strony (lewa)	A-9		18 000 PLN
1 moduł (prawa)	A-1		11 000 PLN
1 moduł (lewa)	A-1		9 000 PLN

ceny bez podatku VAT

REKLAMY CZARNO-BIAŁE

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

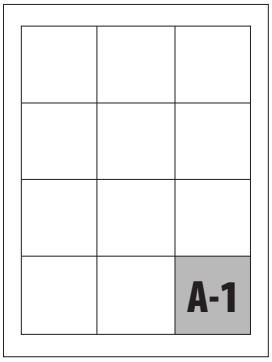
DOPŁATY

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

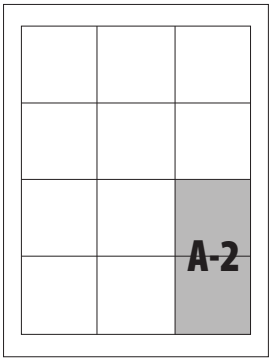
UWAGI

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

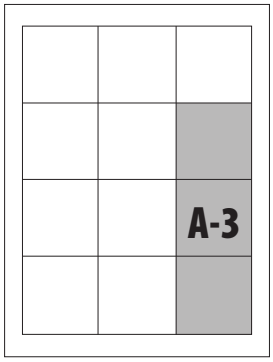
strony redakcyjne



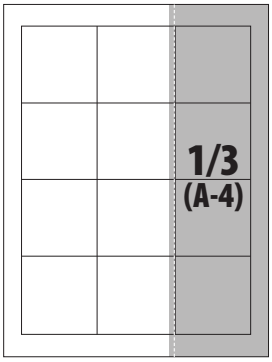
pow. zadruku 57x56



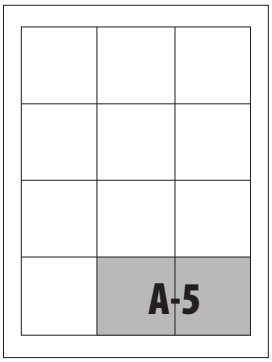
pow. zadruku 57x117



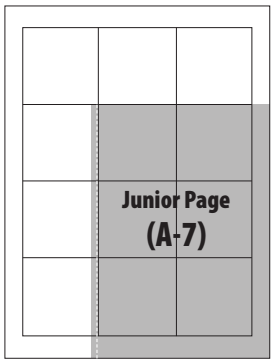
pow. zadruku 57x178



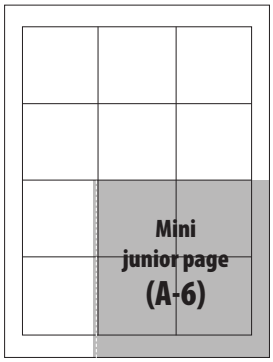
przed obcięciem 81x282
po obcięciu 71x272
pow. zadruku 57x239



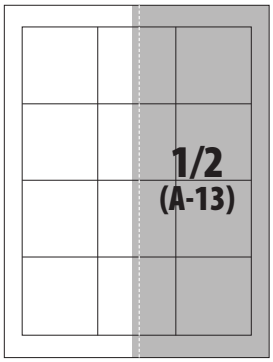
pow. zadruku 119x56



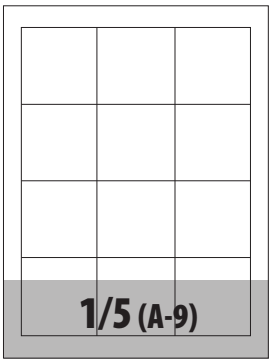
przed obcięciem 143x197
po obcięciu 133x192
pow. zadruku 119x178



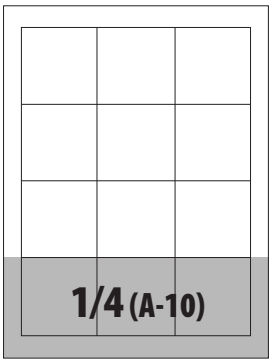
przed obcięciem 143x136
po obcięciu 133x131



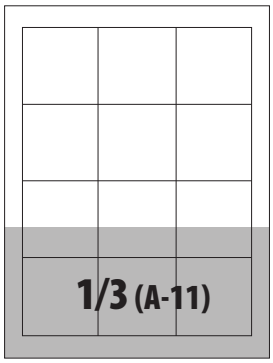
przed obcięciem 112x282
po obcięciu 102x272
pow. zadruku 88x239



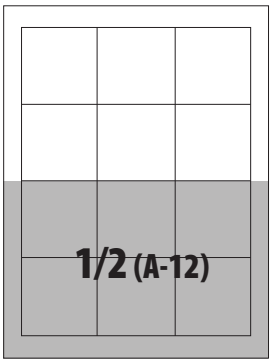
przed obcięciem..... 215x59
po obcięciu 205x54



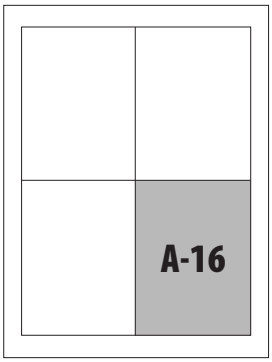
przed obcięciem 215x75
po obcięciu 205x70
pow. zadruku 181x56



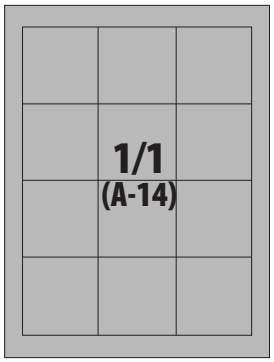
przed obcięciem 215x95
po obcięciu 205x90
pow. zadruku 181x76



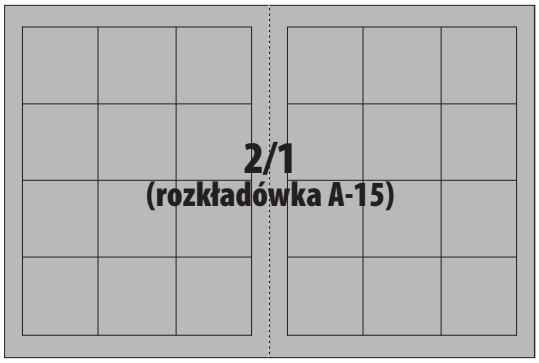
przed obcięciem 215x136
po obcięciu 205x131
pow. zadruku 181x117



pow. zadruku 87x116



przed obcięciem 215x282
po obcięciu 205x272
pow. zadruku 181x239



przed obcięciem ..... (2x) 215x282
po obcięciu ..... (2x) 205x272
pow. zadruku ..... (2x) 181x239

przed obcięciem - reklama brutto, ze spadami
po obcięciu - reklama netto, bez spadów
pow. zadruku - reklama przygotowana w ramce, bez dołączania spadów

ogłoszenia modułowe

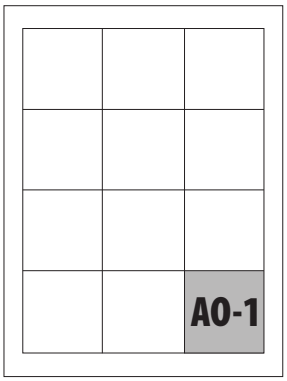
1 moduł	AO-1	3 000 PLN
2 moduły	AO-2, AO-5	6 000 PLN
3 moduły	AO-3, AO-10	9 000 PLN
4 moduły	AO-4, AO-6	12 000 PLN
1/2 strony	AO-12	18 000 PLN
box reklamowy - kolumna „WARTO WIEDZIEĆ & WARTO POZNAĆ”	AO-16	10 000 PLN

ceny bez podatku VAT

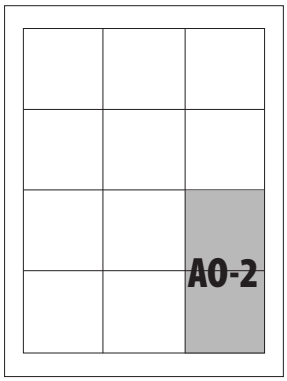
UWAGI

- Reklamy modułowe drukowane są wyłącznie w sąsiedztwie innych reklam
- Ceny dotyczą reklam kolorowych i czarno-białych.
- Ceny dotyczą materiałów gotowych do druku.
- Redakcja zastrzega sobie prawo do zmiany cen w trakcie obowiązującego terminu ważności cennika.

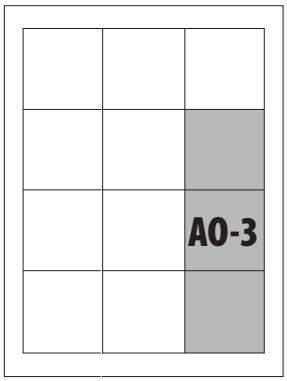
FORMATY REKLAM (mm)



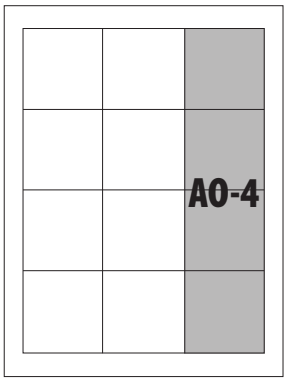
pow. zadruku 57x56



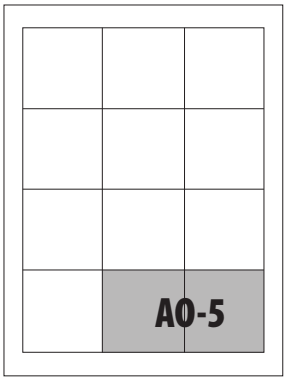
pow. zadruku 57x117



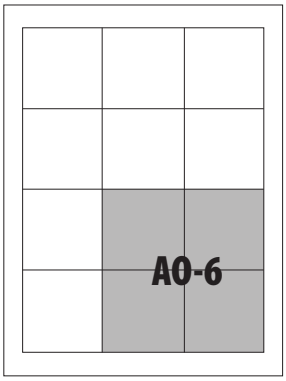
pow. zadruku 57x178



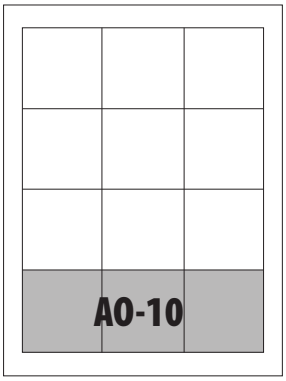
pow. zadruku 57x239



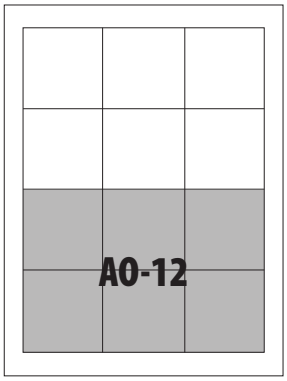
pow. zadruku 119x56



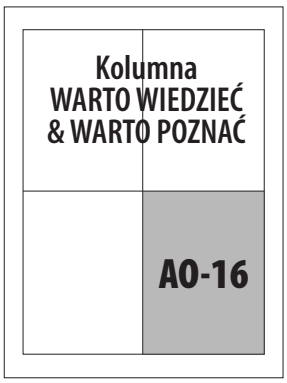
pow. zadruku 119x117



pow. zadruku 181x56



pow. zadruku 181x117



pow. zadruku 95x120

wydanie podstawowe

INSERTY

	koszt medialny:
ogólnopolskie	od 60 000 *
woj. mazowieckie	od 20 000 *
pozostałe regiony	8 000 - 10 000 (w zależności od nakładu w danym województwie)

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

podane ceny bez podatku VAT

WSZYWKI

	koszt medialny:
pomiędzy składkami	od 60 000 *
na rozkładówce naturalnej	od 90 000 *

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

podane ceny bez podatku VAT

WKLEJKI

koszt medialny: cena podstawowa wykupionej powierzchni

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

BANDEROLE, FOLIOWANIE, UNISERTY – koszt medialny i techniczny: do uzgodnienia

* 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 obowiązującego terminu ważności cennika.

I. WARUNKI SPRZEDAŻY REKLAM

1. 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
2. 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.
3. 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.
4. Jeśli w reklamie, ogłoszeniu, insercie zleceniodawcy pojawiają się logotypy innych firm – materiał reklamowy wymaga akceptacji redakcji przed podpisaniem zlecenia.
5. Poza standardową reklamą istnieje możliwość zamieszczania nietypowych form reklamy w postaci insertów, wklejek, 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 uzyskają akceptacji.
6. Zamówienia lub zlecenia reklamowe powinny być dostarczone na 21 dni przed datą publikacji na okładki, 14 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.
7. Zamówienia lub zlecenia dotyczące nietypowych form reklamy (inserty, wklejki, banderole, foliowanie) powinny być dostarczone 14 dni przed publikacją po uprzedniej rezerwacji i akceptacji materiałów.
8. Redakcja ma prawo odmowy przyjęcia do realizacji materiałów nienadających się do reprodukcji z powodu złej jakości lub nieodpowiadających parametrom technicznym.
9. Wszelkie zmiany w treści reklamy – podane wyłącznie na piśmie – mogą być dokonane najpóźniej 7 dni przed ukazaniem się numeru.
10. W przypadku nieotrzymania nowych materiałów w terminach określonych w pkt 6a, 6b oraz wynikających ze zlecenia wykorzystane zostaną materiały z poprzedniej publikacji.
11. 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.
12. Jeżeli materiały graficzne dostarczone do reprodukcji mają być zwrócone zleceniodawcy, należy to wyraźnie zaznaczyć na zleceniu/zamówieniu.
13. 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.
14. Reklama wydrukowana może różnić się kolorystycznie od dołączonej próby kolorów o +/- 3%.
15. 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.
16. 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.
17. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe na skutek sił wyższych, które zakłóciły częściowo lub całkowicie produkcję lub dystrybucję tygodnika.
18. Należność za publikacje ogłoszeń i reklam obliczana jest według cennika obowiązującego w dniu ukazania się numeru.
19. Aktualny cennik dostępny zawsze na stronie www.polityka.pl/biuroreklamy.

II. REKLAMACJE

1. Ewentualne reklamacje, wyłącznie na piśmie z trzema egzemplarzami dowodowymi, przyjmowane są w ciągu 14 dni od daty ukazania się ogłoszenia lub reklamy.
2. Reklamacji nie podlegają reklamy, których projekty dostarczono bez cromalinu lub które nie spełniają wszystkich wymogów technicznych.
3. Reklamacje złożone po terminie lub bez egzemplarzy dowodowych nie będą rozpatrywane.
4. 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

1. Płatność za druk ogłoszeń i reklam dokonywana jest na konto:
   Raiffeisen Bank Polska S.A.
   71 1750 0009 0000 0000 1004 2682
2. Ustaloną kwotę należy wpłacić w terminie określonym w zleceniu/zamówieniu, nie później niż 14 dni od daty wystawienia faktury.
3. Warunki i terminy płatności w wyjątkowych przypadkach mogą być ustalane indywidualnie ze zleceniodawcą.
4. Każdy nowy zleceniodawca zobowiązany jest do przedpłaty za pierwsze trzy publikacje reklam.
5. W przypadku opóźnienia płatności w terminie ustalonym zgodnie z ustępem III pkt 2, zleceniodawca zostanie obciążony odsetkami zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi.
6. 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.

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 – 1.6 generowane przez eksport z aplikacji Adobe lub QuarkXpress. Dopuszczalne są również pliki PS przy użyciu Adobe Acrobat Distiller od wersji 5.0 według instrukcji dostępnych pod adresem: www.quadgraphics.pl/tresc/uslugi/premedia/plikipdf
- przed wysłaniem materiałów zalecane jest sprawdzenie (preflight) plików odpowiednim programem, np. Adobe InDesign od wersji CS4, Adobe Acrobat od wersji 6.0 lub Enfocus PitStop., w celu wykrycia najczęściej pojawiających się błędów. Zalecane jest odpowiedzenie strony: www.quadgraphics.pl/tresc/uslugi/premedia
- **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. Przysłanie 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
- 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_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

- mogą być zapisane jako pliki EPS, TIF lub PDF 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/
- 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 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_strony_wewnetrzne
  – dla okładek dostępnego na stronie 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
- każdy proof powinien być opatrzony certyfikatem potwierdzającym poprawność jego wykonania. Certyfikat zawiera wyniki pomiarów pól 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

1. Elementy na spad – powinny wychodzić poza linie cięcia minimum 5 mm. Spady powinny występować ze wszystkich stron.
2. Ważne elementy tekstowe lub graficzne powinny znajdować się w odległości minimum 5 mm od linii cięcia.
3. Minimalny stopień pisma drukowanego więcej niż jednym kolorem lub w kontrze wynosi 10 pkt. dla krojów 2-elementowych oraz 8 pkt. dla krojów jednoelementowych.
4. 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.
5. Czarne teksty na kolorowym tle, o wielkości mniejszej lub równej 24 pkt, powinny być nadrukowane (Overprint). Niedopuszczalne jest wybieranie tła spod takich napisów.
6. 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/Premedia