

Reklamy gotowe dostarczane do TIME S.A.

Przygotowanie pliku

1. Pracujemy na platformie graficznej Adobe CS6

Pliki przygotowywane w wyższej wersji sugerujemy zapisywać jako bitmapy (tiff, ewentualnie jpg)

2. Formaty plików

Grafika wektorowa: format plików EPS, AI.

Nie przyjmujemy prac zapisanych w formacie CDR!

W przypadku plików PDF oraz prac generowanych przez COREL DRAW przyjmujemy je na odpowiedzialność klienta.

Wszystkie fonty użyte w pracy muszą być zamienione na krzywe. Elementy grafiki rastrowej (zdjęcia, cienie itp.) powinny być osadzone w pliku nie zlinkowane oraz wstawione na 100% (skalowanie). Zaleca się spłaszczenie wszystkich zastosowanych zdjęć, cieni itp. aby stanowiły jeden element pliku.

Grafika rastrowa: format EPS, TIFF (dopuszczalna wyłącznie kompresja LZW), JPEG (kompresja: quality maximum, możliwa utrata jakości do 20%).
Wymienione wyżej pliki bez podpiętego profilu kolorystycznego.

Model kolorów: kolory procesowe CMYK.

Suma kolorów w CMYK nie może przekroczyć 300%.

W przypadku dostarczenia pracy w RGB lub użycia kolorów PANTONE **zostanie przeprowadzona separacja** według tablic przestrzeni barwnej CMYK.

Kolory mogą ulec zmianie.

Pod obszarami czarnej apli zaleca się podłożyć 40% Cyanu.

Rozdzielczość: lineart (kreska) 600 dpi, grayscale i CMYK 300 dpi.

Pliki produkcyjne bez znaków drukarskich (paserów).

3. Spady

Do reklam całostronicowych oraz częściowych na spad należy dodać po 5 mm spad. Wszystkie elementy graficzne i tekstowe muszą być odsunięte od linii cięcia o min. 8 mm, a od grzbietu 15 mm. Mniejsze odsunięcie grafik i tekstów może spowodować wklejenie ich w grzbiet.

Jedynie w publikacjach w szytej oprawie odsunięcie od grzbietu może wynosić 5 mm.

4. Teksty

Teksty w kontrze lub na apli, o stopniu pisma poniżej 10 pkt., należy składać krojem jednoelementowym, nie mniejszym niż 8 pkt. Składowe czarnych tekstów muszą wynosić: C=0%, M=0%, Y=0%, K=100%. W przeciwnym razie tekst będzie nie-spasowany. Czarne teksty na tle tint, ilustracji półtonowych, apli, muszą być zawsze nadrukowywane (overprint).

5. Linie

Grubość linii dla oryginałów kreskowych: jednokolorowych na białym tle – min. 0,25 pkt, w kontrze – min. 0,5 pkt, czterokolorowych – min. 0,8 pkt.

6. Format stron rozkładowych

2 x szerokość formatu strony 1/1. Strony należy przygotowywać oddzielnie w formie dwóch plików. Przy oprawie klejonej należy uwzględnić 5 mm zaklejenia, głównie od strony grzbietu pomiędzy 2 i 3 stroną okładki oraz pierwszą i ostatnią stroną wkładu oraz w środku numeru. Pole zadruku tych stron zmniejsza się, nie zmienia się format stron. Nieuwzględnienie korekty spowoduje wycięcie fragmentu obrazu przez zaklejenie. Prosimy o zwrócenie szczególnej uwagi przy projektowaniu reklam na rozkładówce: okładka + pierwsza strona otwierająca (należy pamiętać że okładka jest drukowana na innym papierze niż środki – może nastąpić różnica w kolorze przy np. jednolitym tle) oraz rozkładówki z tzw. obrazem przechodzącym (prosimy przygotować wg schematu dostarczonego przez Konsultanta Biura Reklamy). Powyższy schemat nie stanowi gwarancji całkowitego „zejęcia się obrazu w grzbiecie”. Jest tylko próbą niwelowania zjawiska zanikania obrazu w grzbiecie przy oprawie klejonej wynikające z faktu niecałkowitego otwarcia egzemplarza.

Nazewnictwo pliku

Plik należy czytelnie nazwać np. plik z reklamą xxx do Muratora 3/2013 należy nazwać: mur03_2013_XXX, nie przyjmowane są pliki z reklamami o nazwach nieczytelnych, nie wskazujących na pismo, w którym reklama powinna się ukazać.

Dostarczenie pliku z reklamą

Akceptowane nośniki danych

Płyty CD, DVD, Bardzo prosimy o czytelny i dokładny opis tego, co znajduje się na danym nośniku. Dostarczenie na adres:

Dział Produkcji TIME S.A.

04-187 Warszawa, ul. Dęblińska 6

tel. 22 59 05 118, 114

e-mail

przygotownia@grupazpr.pl

Maksymalna pojemność skrzynki pocztowej wynosi 10 MB.

Przy przesyłaniu materiałów e-mailem prosimy przestrzegać wytycznych dotyczących formatów. Plik należy skompresować za pomocą programów: RAR, ZIP

Serwer plików:

**ftp.murator.com.pl, folder: produkcja, folder: wrzucaj
użytkownik: ftp, hasło: murator@**

Uwaga! Z tej teczki pobieramy i przechowujemy wyłącznie materiały reklamowe i reklamy.

Na ftp prosimy wrzucać pliki, których rozmiar przekracza 5 MB. Nazwy plików nie mogą zawierać polskich liter ani żadnych znaków specjalnych. Prosimy nie tworzyć katalogów. Sugerowane nazewnictwo: punkt „Nazewnictwo pliku”.

Do wszystkich plików z reklamami wysyłanych e-mailem bądź ftp-em należy zrobić plik podglądowy (sposób ustawienia reklamy na stronie) w formacie jpg bądź pdf i dołączyć go do pliku właściwego; do tych plików należy dołączyć dokument txt z opisem do jakiego tytułu przeznaczona jest reklama, jaka emisja (np. Zdrowie 2/2013) oraz kontakt – imię, nazwisko, nr telefonu do osoby odpowiedzialnej za reklamę w razie problemów z plikiem.

Sugerujemy spakowanie pliku właściwego, pliku podglądowego i dokumentu txt i nazwanie nazwą firmy, np. Knauf.zip

Wydruki

Do nośnika lub pliku wysłanego elektronicznie należy dołączyć/dostać proof z paskiem kalibracyjnym. Wydruk całego projektu należy wykonać w skali 1:1.

W przypadku nie dostosowania się do powyższych ustaleń: zła nazwa pliku, nie dostarczenie pliku podglądowego lub wydruku NIE UWZGLĘDNIAMY REKLAMACJI.

TIME S.A. dołoży wszelkich starań, aby w druku uzyskać kolor jak najbardziej zbliżony do próby kolorystycznej klienta, pod warunkiem, że będzie ona zgodna z proofem, który jest skalibrowany z maszyną drukującą.

Uwaga!

Reklamy gotowe, dostarczone po terminie dostarczania materiałów reklamowych określonym w harmonogramie nie podlegają reklamacji. Reklamacje dotyczące koloru wydrukowanej reklamy rozpatrywane są wyłącznie wtedy, gdy do gotowej reklamy był dostarczony proof cyfrowy wykonany wg standardów TIME S.A.

Na wcześniej zgłoszone życzenie klienta TIME S.A. wykona proof cyfrowy.

TIME S.A. nie ponosi odpowiedzialności za nieprawidłowo przygotowane pliki oraz informuje o możliwości wystąpienia różnic w kolorach względem prób kolorystycznych.

W przypadku wątpliwości dział Produkcji TIME S.A. służy radą i pomocą: 22 59 05 118, 59 05 114.

Formaty reklam w magazynach o tematyce budowlanej TIME S.A.

Do reklam całostronicowych oraz częściowych na spad należy dodać po 5 mm spad z każdej strony.

„Murator”

– oprawa klejona

murator

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	195	275
I/2 pion na spad	95,5	275
I/2 poziom na spad	195	126,5
I/3 pion na spad	67	275
I/3 poziom na spad	195	86,5
I/4 poziom na spad	195	66,5
junior page na spad	124	166

„Warsztat Architekta” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	210	297

Numery Specjalne „Muratora”

– oprawa klejona

murator
PORADNIKI

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	200	273
I/1 lustro strony	173	233
I/2 pion na spad	97	273
I/2 poziom na spad	200	133
I/3 poziom na spad	200	87
I/2 pion lustro strony	83	233
I/2 poziom lustro strony	173	113
I/3 pion lustro strony	55	233
I/4 pion lustro strony	83	113
junior page na spad	130	178
junior lustro strony	114	158

ARCHITEKTURA

„ARCHITEKTURA-murator” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	230	300
I/1 kreda na spad	220	300
I/2 pion na spad	113	300
I/2 poziom na spad	230	148
I/3 poziom na spad	230	100
I/3 pion na spad	77	300
junior page na spad	139	179

Formaty modułów

I/2 poziom na spad	230	148
I/3 poziom na spad	230	97
I/3 pion na spad	74	300
I/4 poziom na spad	230	72
I/4 pion na spad	113	148
2/3 poziom na spad	230	199
2/3 pion na spad	152	300

Formaty reklam w magazynach o tematyce wnętrzarskiej TIME S.A.

Do reklam całostronicowych oraz częściowych na spad należy dodać po 5 mm spad z każdej strony.

moje Mieszkanie

Moje Mieszkanie – oprawa szyta

Numery Specjalne Moje Mieszkanie – oprawa szyta

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	200	280
I/2 pion na spad	100	280
I/2 poziom na spad	200	140
I/3 pion na spad	66,6	280
I/3 poziom na spad	200	93
I/4 pion na spad	50	280
I/4 poziom na spad	200	70
I/4 prostokąt na spad	100	140
junior page na spad	126	175
I wizytówka	89,5	62

M jak mieszkanie

„M jak mieszkanie” – oprawa klejona

Numery Specjalne „M jak mieszkanie” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	200	280
I/2 pion na spad	98	280
I/2 poziom na spad	200	138
I/3 pion na spad	64	280
I/3 poziom na spad	200	87
I/4 pion na spad	98	138
I/4 poziom na spad	200	66
junior page na spad	130	180

dobre wnętrze

„Dobre Wnętrze” – oprawa klejona

Numery Specjalne „Dobre Wnętrze” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	225	280
I/2 pion na spad	110	280
I/2 poziom na spad	225	135
I/3 poziom na spad	225	88
I/3 pion w części redakcyjnej na spad	78	280
I/4 pion kostka	110	135
I/4 pion na spad	55	280
junior page na spad	150	210
I moduł	59	56,5
I wizytówka	59	15,5

Formaty reklam w magazynach o tematyce sport/hobby/zdrowie - TIME S.A.

Do reklam całostronicowych oraz częściowych na spad należy dodać po 5 mm z każdej strony spad.

„Podróże” – oprawa klejona

PODRÓŻE

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	203	275
I/2 pion na spad	100	275
I/2 poziomy na spad	203	134
I/3 pion na spad	70	275
I/3 poziomy na spad	203	91
I/4 pion na spad	56	275
I/4 poziomy na spad	203	74
junior page na spad	131	179
I moduł	56	56

„Zdrowie” – oprawa klejona

zdrowie

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	180	232
I/2 pion na spad	87	232
I/2 poziomy na spad	180	113
I/3 pion na spad	60	232
I/3 poziomy na spad	180	74
I/4 pion na spad	87	113
I/4 poziomy na spad	180	57
junior page	111,5	146
format specjalny 1	98,5	134
format specjalny 2	111,5	106
format specjalny 3	47	126

„Podróże polecają” – oprawa szyta

PODRÓŻE POLECAJĄ

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	187	270
I/2 pion na spad	92	270
I/2 poziomy na spad	187	132
I/3 pion na spad	60	270
I/3 poziomy na spad	187	88
I/4 pion lustro strony	38	244
I/4 poziomy lustro strony	160	56
I/8 poziomy lustro strony	78	56

„Dziecko, zakupy i my” – oprawa klejona

dziecko

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	203	275
I/2 poziomy na spad z modułami kontekstowymi	203	130
I/2 pion na spad w przeglądzie produktów	98	275
I/3 poziomy lustro w przeglądzie produktów	189	81
I/3 poziomy na spad w przeglądzie produktów	203	88
I/3 lustro z modułami kontekstowymi	112	114
I/3 pion na spad z modułami kontekstowymi	72	275

„M jak mama” – oprawa szyta

M jak mama

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	195	273
I/2 pion na spad	95	273
I/2 poziomy na spad	195	133
I/3 pion na spad	66	273
I/3 poziomy na spad	195	88
I/4 pion na spad	51	273
I/4 poziomy na spad	195	69
I/4 kostka	95	133
junior page na spad	129	195
moduł	56	56,9

Formaty reklam w katalogach - TIME S.A.

Do reklam całostronicowych oraz częściowych na spad należy dodać po 5 mm z każdej strony spad.

urządzamy DOM I MIESZKANIE

„Urządzamy dom i mieszkanie” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	215	295

INFORMATOR BUDOWLANY. INFORMATOR INSTALACYJNY

„INFORMATOR BUDOWLANY-murator”

„INFORMATOR INSTALACYJNY-murator” – oprawa klejona

„INFORMATORY - wydania specjalne” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	203	275
I/2 poziom na spad	203	137,5
I/2 pion na spad	96,5	275

„SZKOŁA URZĄDZANIA” – oprawa klejona

„SZKOŁA BUDOWANIA” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	190	254

murator
PROJEKTY DOMÓW

„MURATOR Projekty Domów” – oprawa klejona

„Katalog Budynków Inwentarskich

i Gospodarczych” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	230	300
I/2 pion na spad	111	300
I/2 poziom na spad	230	146
I/2 pion lustro strony	101	276
I/2 poziom lustro strony	210	134
I/4 pion na spad	111	146
I/4 pion lustro strony	101	134

architektura od wnętrza

„Architektura od wnętrza” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	210	297
I/2 poziom na spad	210	145
I/2 pion na spad	100	297

WARUNKI TECHNICZNE

zamieszczania reklam w publikacjach TIME S.A.
obowiązujące od 1.01.2019 roku.



Materiały dostarczane do TIME S.A. w celu wykonania reklamy

Dział Produkcji TIME S.A. przygotowuje reklamy tylko i wyłącznie z powierzonych przez Klienta materiałów.

Nie redagujemy tekstu do reklamy, nie używamy do reklam zdjęć które są własnością TIME S.A.

Tekst

Tekst w formie elektronicznej na nośniku lub e-mailem. W przypadku dostarczenia materiału w formie elektronicznej obowiązują formaty plików: .DOC, .ODT, .TXT.

Znak firmy (LOGO)

Logo w formie elektronicznej na nośniku lub e-mailem (format plików EPS, AI) bądź wydruku na papierze (papier firmowy, wizytówka – z opisem kolorów w CMYK i nazwą użytego fontu). **Nie przyjmujemy prac zapisanych w formacie CDR!**

Materiał ilustracyjny

Materiał ilustracyjny w formie:

- odbitek na papierze fotograficznym (papier błyszczący),
- slajdy,
- fotografii cyfrowej,
- wydruków z folderów lub odręcznych rysunków i grafik.

Nie przyjmujemy negatywów.

Oryginały powinny:

- być czyste, bez zagnieceń, ubytków i innych uszkodzeń,
- mieć dobrą ostrość,
- być dobrze naświetlone (diapozytywy).

Materiały wykonane odręcznie (rysunki, grafiki itp.)

Powinny być wykonane na podłożu elastycznym, o niewidocznej fakturze, tak aby nie uległa ona zreprodukowaniu.

Wymiary

- maksymalny wymiar oryginałów na podłożu elastycznym – 450 x 450 mm,
- maksymalny wymiar oryginałów na sztywnym podłożu (np. karton) – 210 x 297 mm

Powiększenie oryginału

- **slajdy** – powiększenie nie powinno przekraczać 1000% (TIME S.A. ma możliwość powiększenia oryginału do 3000%; należy się jednak liczyć z dużą utratą jakości)
- **odbitki, materiały uprzednio drukowane (np. ulotki, foldery itp.)** – reprodukcja 100% (bez powiększenia)

Zlecenia specjalne

Oryginały poddawane specjalnej obróbce (retusz, montaż trikowy) muszą być jasno i precyzyjnie opisane.

Autoryzacja

Reklama wykonana przez TIME S.A. zostanie przesłana do autoryzacji e-mailem bądź faksem. W ciągu 2 dni od dostarczenia reklamy przez TIME S.A. do autoryzacji należy zgłosić pisemne zastrzeżenia bądź przesłać akceptację projektu. **Niezgłoszenie pisemnych zastrzeżeń przez Zamawiającego w terminie 2 dni od dostarczenia przez TIME S.A. projektu reklamy uznawane będzie za bezwarunkową akceptację projektu.**

W przypadku niedotrzymania terminu nadesłania materiałów do wytworzenia reklamy TIME S.A. nie zobowiązuje się do przedstawienia wykonanej przez siebie reklamy do autoryzacji.

Reklamy przygotowane przez TIME S.A. z materiałów przysłanych przez klienta po terminie określonym w harmonogramie nie podlegają reklamacji.

UWAGI:

Jeżeli w umowie nie postanowiono inaczej, Zamawiający zobowiązany jest dostarczyć do Działu Produkcji TIME S.A. (04-187 Warszawa, ul. Dęblińskiej 6) gotowy materiał reklamowy przygotowany zgodnie z „Warunkami technicznymi” dotyczącymi danej publikacji TIME S.A., w terminie w nich określonym, na swój koszt. Materiały reklamowe przyjmowane są w dni robocze, w godzinach od 9.00 do 20.00.

TIME S.A. nie ponosi odpowiedzialności za jakość opublikowania materiałów reklamowych przysłanych po terminie.

Odpowiednie „Warunki techniczne” dostępne są w Biurze Reklamy TIME S.A. przy ul. Dęblińskiej 6 w Warszawie. Zamawiający może zlecić zamieszczenie reklamy tylko w wielkości zgodnej z formatem odpowiednim dla danej publikacji TIME S.A.

W przypadku zamówienia wielokrotnego zamieszczania reklamy, TIME S.A. opublikuje ostatnio dostarczony materiał reklamowy. Zamawiający zobowiązany jest do pisemnego zawiadomienia TIME S.A. o zamiarze dokonania jakichkolwiek zmian w projekcie reklamy w terminie dostarczenia materiałów reklamowych określonym w harmonogramie.

Jeżeli dostarczony przez Zamawiającego materiał reklamowy (oryginał, w tym nośnik) ma być zwrócony po wykorzystaniu, Zamawiający musi zastrzec to w umowie. W wypadku złożenia tego zastrzeżenia, zwrot nastąpi bezzwłocznie po upływie terminu dochodzenia roszczeń z tytułu ewentualnych wad opublikowanego materiału. W innych przypadkach

materiał nie zostanie zwrócony przez TIME S.A.

TIME S.A. zastrzega sobie prawo do oznaczania reklam (wykupionych stron lub ich części) np. napisem REKLAMA.

TIME S.A. zobowiązuje się do przygotowania publikacji o najwyższej – osiągniętej przez niego – jakości poligraficznej.

TIME S.A. nie odpowiada za treść opublikowanych reklam.

Klient zapewnia, że przysyłając materiał reklamowy nie narusza niczych praw do znaków towarowych, nazw handlowych, tajemnic przedsiębiorstwa, praw do dystrybucji lub praw wydawniczych, nie narusza również żadnych praw autorskich lub wydawniczych, a w szczególności, że dostarczając tekst i materiał ilustracyjny (rysunki, fotografie etc.) dysponuje zgodą twórcy na rozporządzenie jego utworem w zakresie niezbędnym do realizacji umowy. Postanowienia powyższe odpowiednio stosuje się do użycia wizerunku w dostarczonym materiale reklamowym.