

Przygotowanie plików

murator

Numery Specjalne „Muratora” – oprawa klejona

	szer. (mm)	wys. (mm)
I/1 na spad	195	275
I/1 lustro strony	173	237
I/2 pion na spad	92,5	275
I/2 poziom na spad	195	131,2
I/3 poziom na spad	195	84,7
I/2 pion lustro strony	82,5	237
I/2 poziom lustro strony	173	114,3
I/4 pion lustro strony	82,5	114,3
junior page na spad	124	169,3
junior page w lustrze	114	152,3
Reklamy multimedialne	szer. (px)	wys. (px)
rozmiar 1	1000	600
rozmiar 2	1000	400

1. Pracujemy na platformie graficznej Adobe CS6

Pliki przygotowywane w wyższej wersji sugerujemy zapisywać jako bitmapy (tiff, ewentualnie jpg). Reklamy multimedialna 1, multimedialna 2 – jpg, 72 lpi, RGB.

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.

2. Spady

Do reklam całostronicowych oraz częściowych na spad należy dodać po 5 mm spadu z każdej strony. 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 o szytej oprawie odsunięcie od grzbietu może także wynosić 8 mm.

3. 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).

Minimalna wielkość czcionek: bezszeryfowej i jednoelementowej 6 pkt (fonty zamienione na krzywe), minimalna wielkość czcionek: szeryfowej i dwuelementowej 7 pkt (fonty zamienione na krzywe).

Czcionki pisane w Photoshop-ie nie mogą zejść poniżej 13 pkt, czcionki składające się z kilku kolorów pisane na apli CMYK powinny mieć minimum 10 pkt

4. 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.

5. Format stron rozkładowych

2 x szerokość formatu strony I/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 rozkładówki: 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 „zejścia 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 Aleja 2017 należy nazwać: aleja_2017_XXX, nie przyjmowane są pliki z reklamami o nazwach nieczytelnych, nie wskazujących na pismo, w którym reklama powinna się ukazać.

Dostarczenie pliku z reklamą

1. 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, 04-187 Warszawa, ul. Dęblińska 6.

2. e-mail

murator_produkcja@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: Stuff-It, RAR, ZIP Disk Doubler lub skorzystać z wewnętrznych metod kompresji (JPEG, LZW, itp.)

3. Serwer plików:

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

Uwaga! Z tejteczki 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 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

4. Wydruki

Do nośnika lub pliku wysłanego elektronicznie należy koniecznie 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 poglądowego lub wydruku NIE UWZGLĘDNIAMY REKLAMACJI.**

Murator 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 profilem, który jest skalibrowany z maszyną drukującą.

Uwaga!

Reklamy gotowe, dostarczone po terminie dostarczenia 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 wydawnictwa. Na wcześniej zgłoszone życzenie klienta wykonamy proof cyfrowy. Murator TIME S.A. nie ponosi odpowiedzialności za nieprawidłowo przygotowane pliki oraz informuje o możliwości wystąpienia różnic w kolorach względem prób kolorystycznych.