



# PORADNIK RESTAURATORA

Informacje dotyczące warunków technicznych  
przygotowywania materiałów reklamowych  
i informacji dla celów handlowych  
do publikacji na łamach tytułu  
„Poradnik Restauratora” wydawanego przez  
Biuro Promocji i Reklamy „GENERALCZYK” sp.j.

ważne od września 2017

**GENER ▲ LCZYK**  
WYDAWNICTWO

Wydawnictwo:  
Biuro Promocji i Reklamy „GENERALCZYK” sp.j.  
60-587 Poznań, ul. Szczęsna 10,  
tel./fax 61 852 08 94

## 1. Uwagi podstawowe dotyczące przygotowania prac

- każda strona powinna posiadać 5 mm spadu wokoło formatu netto
- ważne elementy strony, jak teksty, znaczki, logotypy - min. 5 mm od brzegu strony (formatu netto)
- dokładne wymagania dla wszystkich formatów zamieszczone są w dalszej części dokumentu (makiety).
- zdjęcia zamieszczane w pracach - rozdzielczość: 300 dpi, separacja: CMYK
- wszystkie fonty zamienione na krzywe
- wyczyszczone puste ścieżki
- importowane zdjęcia do środka pliku (nielinkowane)
- czarne teksty na kolorowym tle powinny być nadrukowane/nadpisane (overprint)
- teksty w kolorze czarnym mające poniżej 10 pkt - tylko w Black + overprint (nie używać składowych 4 kolorów)
- maksymalna suma farb (nafarwienie) nie może przekraczać 300
- wszystkie dostarczane pliki oraz ich elementy muszą być przygotowane w przestrzeni barwnej CMYK bez dołączonego profilu kolorów.



W przypadku **materiałów prasowych dotyczących wyrobów alkoholowych i tytoniowych**, mających charakter informacji dla celów handlowych, powinny one zawierać treści niezbędne w komunikowaniu między producentem a partnerami handlowymi, stąd materiał taki powinien zawierać wyraźny napis **„Informacja dla celów handlowych”**. Przykładowo materiały informacyjne dotyczące papierosów nie powinny zawierać elementów zachęcających do palenia papierosów, ale jedynie proste i rzeczowe informacje dotyczące oferty producentów tych wyrobów, np. paczka papierosów musi być zamknięta, nie mogą być widoczne pojedyncze papierosy.

*Przedstawione zasady dotyczą także sposobu przygotowania i zamieszczania informacji dla celów handlowych dotyczących wyrobów tytoniowych i alkoholowych na łamach tytułów wydawanych przez Biuro Promocji i Reklamy „Generalczyk” sp.j.*

## 2. Przyjmowane formaty plików

- **pliki pdf (wersja produkcyjna):**
  - kompozyt CMYK
  - liczba stron w pliku: pojedyncza strona
- **pliki z programów wektorowych:**
  - format .eps oraz .ai (tylko z programu Adobe Illustrator)
  - **nie przyjmujemy plików .eps oraz .ai eksportowanych z programu Corel Draw. W przypadku tworzenia pracy w tym programie prosimy o eksport pracy do formatu .tif** (zobacz: pliki bitmapowe w podpunkcie poniżej)
  - wszystkie pliki .eps powinny być zapisywane jako postscript level 3
- **pliki bitmapowe:**
  - format .tif (rozdzielczość: 300 dpi, separacja: CMYK)

### 3. Plik poglądowy (preview)

Do nadsyłanych prac należy dołączyć poglądowy plik .jpg w separacji CMYK powstały z pliku ostatecznego, przekazanego do druku.

### 4. Opis dostarczanych plików (nazewnictwo)

W celu szybkiej i sprawnej identyfikacji nadsyłanych materiałów prosimy o następujące nazewnictwo nadsyłanych plików:

- skrót tytułu (pierwszy człon nazwy):  
- „Poradnik Restauratora” - skrót „pr”
- pliki właściwe (do druku):  
tytuł miesięcznika\_klient\_nazwa produktu\_format reklamy.rozszerzenie pliku  
np: *pr\_firma\_produkt\_205x290.pdf*
- pliki poglądowe (preview) w formacie jpg i separacji CMYK:  
tytuł miesięcznika\_klient\_nazwa produktu\_format reklamy\_preview.jpg  
np: *pr\_firma\_produkt\_205x290\_preview.jpg*
- pliki poprawkowe (dotyczy zarówno plików właściwych, jak i preview):  
dodatkowo, na końcu w nazwie pliku pojawia się człon: „\_p1” lub w przypadku kolejnej poprawki: „\_p2” itd.  
np: *pr\_firma\_produkt\_205x290\_p1.pdf* lub *pr\_firma\_produkt\_205x290\_preview\_p1.jpg*
- pliki spakowane (np. zip):  
W przypadku nadsyłania kilku plików – wersji do jednej pracy (np. .eps, .tif, .pdf + plik z podglądem .jpg) należy umieścić je w jednym folderze i spakować jako pliki np. .zip. Nie należy używać plików samorozpakowujących się .exe.  
np: *pr\_firma\_produkt\_205x290.zip* lub *pr\_firma\_produkt\_205x290\_preview\_p1.zip*

### 5. Sposób dostarczenia materiałów

- serwer FTP: <ftp.poradnikrestauratora.com.pl>
- login: [ftp\\_poradnikrestauratora@poradnikrestauratora.com.pl](mailto:ftp_poradnikrestauratora@poradnikrestauratora.com.pl)
- hasło: reklama\_PR.314

### 6. Formaty reklam (standardowe)

format	rozmiar netto
1/1 Full Page	205 x 290
2/3 Junior Page	129 x 260
1/2 strony w pionie	102 x 260
1/2 strony w poziomie	205 x 130
1/3 strony w pionie	70 x 260
1/3 strony w poziomie	205 x 86
1/4 strony w poziomie	205 x 65
2/1 (rozkładówka)	410 x 290 (205+205 x 290)
okładka I	205 x 290 (205 x 205)*
okładka II	205 x 290
okładka III	205 x 290
okładka IV	205 x 290

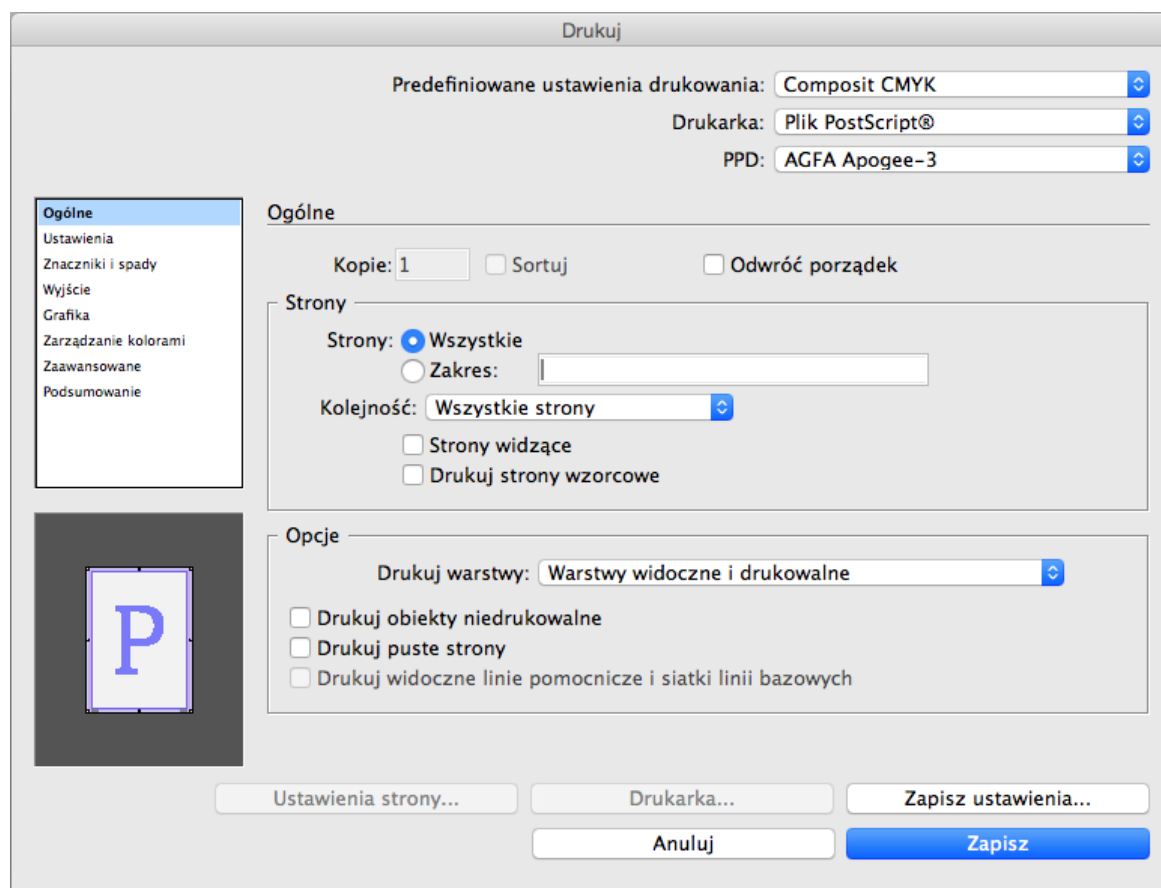
\* 205 x 205 - wymiar fizyczny reklamy, pozostała część formatu (czyli powierzchnia 85 mm) musi być kontynuacją tła reklamy, na którym znajduje się winieta tytułu

#### **UWAGA !**

**WSZYSTKIE SZCZEGÓŁY DOTYCZĄCE REKLAM JAK: FORMATY, MARGINESY, SPADY ITP. SĄ SZCZEGÓŁOWO OPISANE W MAKIETACH**

## 7. Ustawienia programu Adobe Distiller

Pliki w formacie pdf (produkcyjne) trzeba przygotować za pomocą programu Adobe Distiller. Poniżej wymagane ustawienie.



Drukuj

Predefiniowane ustawienia drukowania: **Composit CMYK**

Drukarka: **Plik PostScript®**

PPD: **AGFA Apogee-3**

Ogólne

**Ustawienia**

Znaczniki i spady

Wyjście

Grafika

Zarządzanie kolorami


Zaawansowane

Podsumowanie

**Ustawienia**

Rozmiar papieru: **Własny**

Szerokość: **225,58**      Wysokość: **310,58**

Orientacja: 

Przesunięcie: **0 mm**

Odstęp: **0 mm**

Obrócona

Opcje

Skaluj:  Szerokość: **100%**      Wysokość: **100%**

Zachowaj proporcje

Skaluj, aby zmieścić

Położenie strony: **Na środku**

Miniaturki:  na stronę

Sąsiadująco:       Nakładka:

Ustawienia strony...      Drukarka...      Zapisz ustawienia...

Anuluj      **Zapisz**

Drukuj

Predefiniowane ustawienia drukowania: **Composit CMYK**

Drukarka: **Plik PostScript®**

PPD: **AGFA Apogee-3**

Ogólne

Ustawienia

**Znaczniki i spady**

Wyjście

Grafika

Zarządzanie kolorami

Zaawansowane

Podsumowanie

**Znaczniki i spady**

Znaczniki

Wszystkie znaczniki drukarskie      Typ: **Domyślny**

Linie cięcia      Grubość: **0,25 pkt**

Znaczniki spadu      Przesunięcie: **5 mm**

Pasery

Paski koloru

Informacje o stronie

Spad i informacje o pracy

Użyj ustawień spadów dokumentu

Spad:

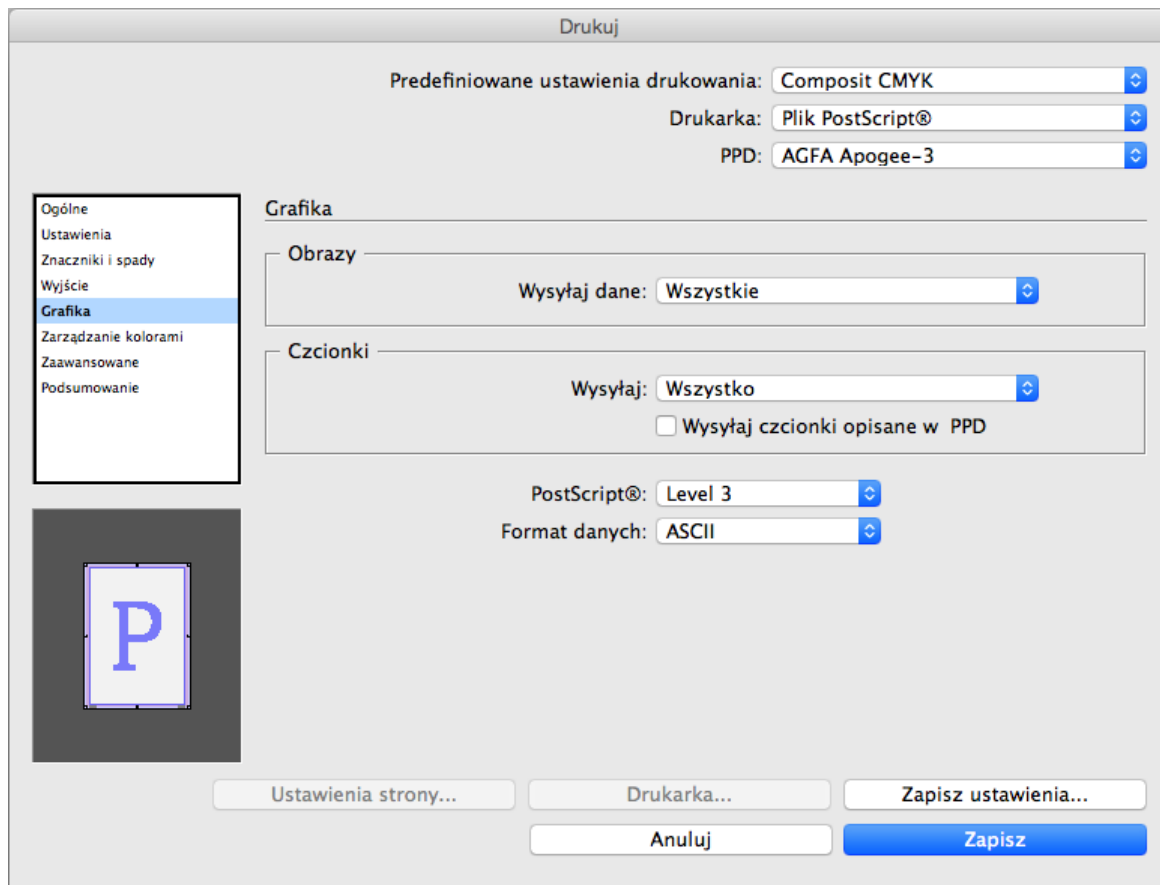
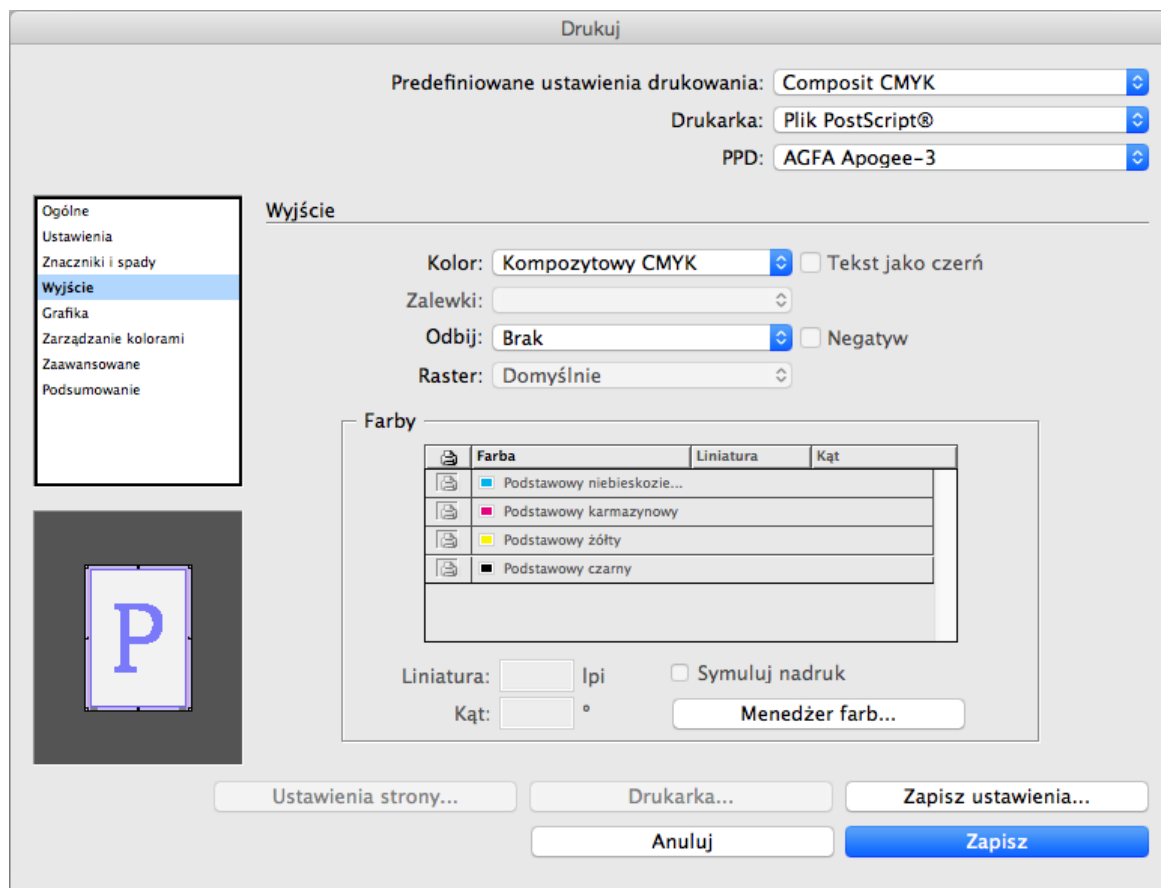
Górny: **5 mm**      Wewnętrzny: **5 mm**

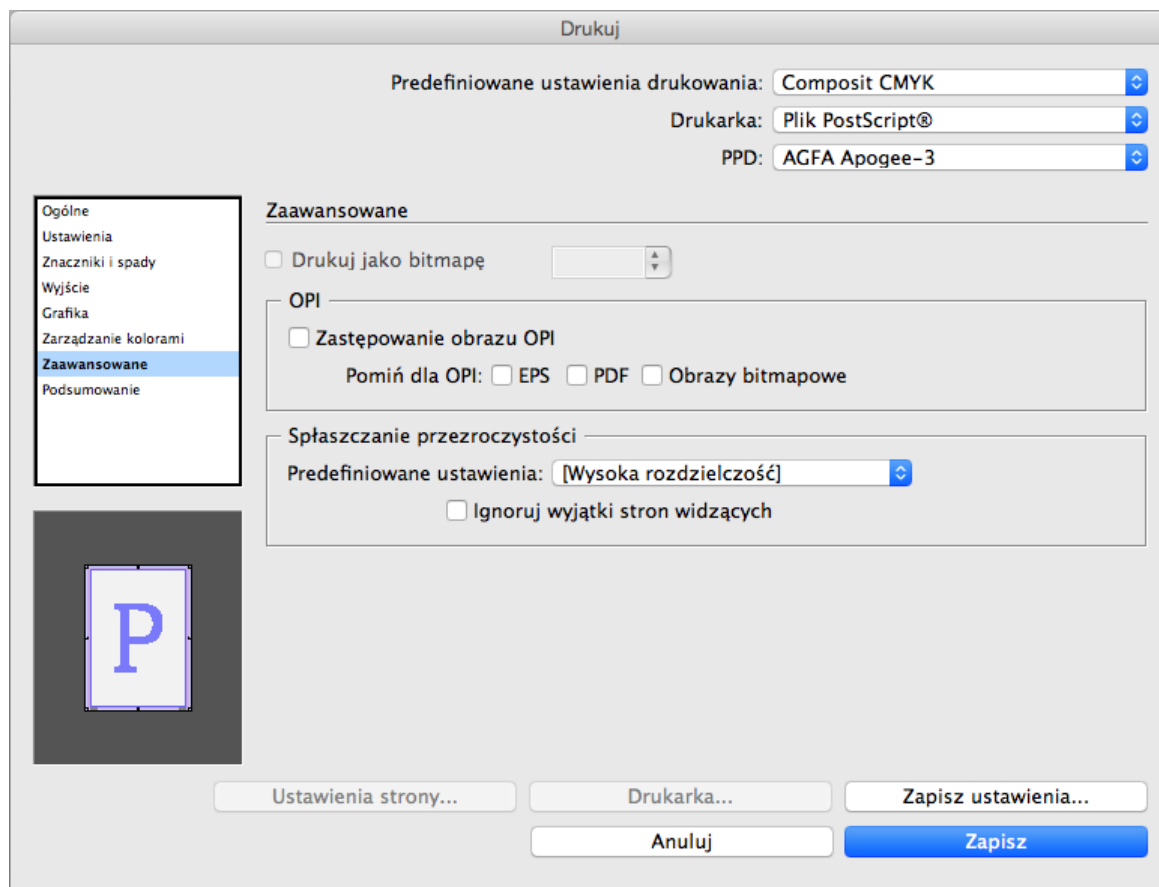
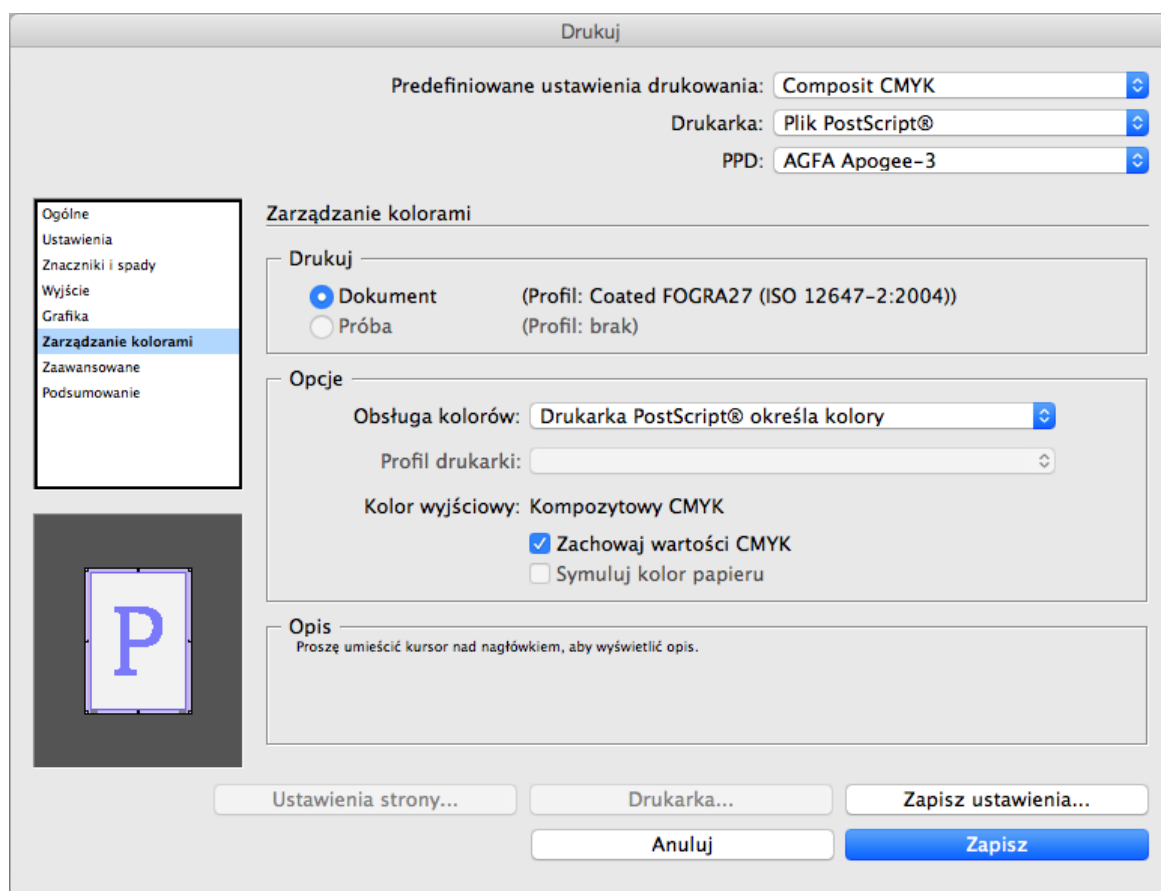
Dolny: **5 mm**      Zewnętrzny: **5 mm**

Dołącz obszar informacji o pracy

Ustawienia strony...      Drukarka...      Zapisz ustawienia...

Anuluj      **Zapisz**





# UWAGA!

**W związku z bardzo częstym przesyłaniem reklam zawierających błędy, prosimy zwrócić szczególną uwagę na następujące kwestie:**

- reklama musi być przygotowana w rozdzielczości **300 dpi**
- każda reklama musi posiadać **5 mm spadu** wokoło formatu netto oraz odpowiednio ustalone linie cięcia (5 mm od formatu netto)
- ważne elementy strony, takie jak: teksty, znaczki, logotypy muszą znajdować się w obrębie tzw. **marginesów bezpieczeństwa – 5 mm**
- nie ingerujemy w przysłane reklamy, która zawierają błędy.
- na layoutach produktów alkoholowych oraz wyrobów tytoniowych musi znajdować się zapis **INFORMACJA DLA CELÓW HANDLOWYCH** – w dokładnie tak brzmiącej formule
- teksty w kolorze czarnym powinny być tylko z jednego koloru - **Black**, dodatkowo powinny mieć nadane **nadpisywanie (overprint)**
- wszelkie dostarczane pliki muszą być przygotowane w separacji **CMYK** bez profilu kolorów
- **Maksymalna ilość procentowa pokrycia sumy kolorów CMYK**, która może zostać wykorzystana przy przygotowywaniu plików nie może przekraczać **300%**, np. C=80%, M=60%, Y=60%, K=100%.

\* Jeżeli dostarczone materiały nie będą spełniały w całości **WYMAGAŃ TECHNICZNYCH DOTYCZĄCYCH PRZYGOTOWANIA REKLAM ORAZ ZASAD ICH DOSTARCZANIA PRZEZ KLIENTÓW DO WYDAWNICTWA**, reklamacje nie będą uwzględniane.

\*\* Biuro Promocji i Reklamy Generalczyk będzie obciążać kosztami ponownego sprawdzenia reklamy Klienta w momencie nadesłania kolejnego pliku reklamy wcześniej już przesłanego do druku.