

Specyfikacja techniczna materiałów reklamowych dostarczanych w formie elektronicznej:

1. Wszystkie elementy czcionek oraz elementy grafiki należy umieszczać w odległości co najmniej 5 mm od formatu broszury po obcięciu.
2. Należy zachować 1 cm odstępu od linii formatu dla istotnych elementów grafiki na stronie (zwłaszcza długich, równoległych do krawędzi strony).
3. Wymiar pełnej strony reklamowej: 210 x 280 mm
4. Każda reklama na spad powinna posiadać dokładnie po 5 mm spadu z każdej strony.
5. Efektywny rozmiar rozkładówek umieszczonych na wewnętrznych stronach okładki oraz zewnętrznych stronach bloku ograniczony jest pozycją bigi bocznej i standardowo ulega zmniejszeniu o 5 mm.
6. Efektywny format rozkładówek w egzemplarzu (dot. oprawy klejonej) jest mniejszy od nominalnego z powodu niepełnego otwarcia książki. Korekta (zdublowanie obrazu przy wewnętrznej krawędzi strony) powinna być uwzględniona w pliku. Drukarnia nie wprowadza korekty układu lub formatu strony.
7. Całostronicowe reklamy nie powinny zawierać znaczników cięcia, paserów, pasków kalibracyjnych ani innych elementów znajdujących się poza formatem strony powiększonym o 5 mm spady.
8. Cienkie (poniżej 0,75 pkt.) linie lub elementy grafiki (np. kratka) powinny być wykonane w jednym kolorze. Dotyczy to również czcionek oraz obiektów w kontrze (dla typowych fontów 8 pkt. i mniej).
9. Separacje barwne
 - a) Suma wartości tonalnych (TAC):
 - dla druku rolowego (reklamy wewnątrz numeru) **maks. 300%**
 - dla druku arkuszowego (reklama na okładce) **maks. 350%**
 - b) Nie należy budować obszarów czarnej apli tylko z K, ale należy zawsze zachować limit TAC. (Parametr MaxK nie powinien przekraczać 95%.)
10. Podczas obróbki plików kompozytowych drukarnia odpowiada za overprinty, knockouty i trapping wg następujących zasad:
 - a) obiekty 100% czarne zostają nadrukowane (overprint),
 - b) overprint we wszystkich innych obiektach jest wyłączany (knockout),
 - c) nadsyłanie plików kompozytowych zawierających trapping jest niedozwolone.
11. Dopuszczalne formaty plików:
 - a) **PDF** (wszystkie obiekty rastrowe w pliku muszą być rozseparowane na CMYK, czcionki skonwertowane na krzywe).
 - b) **Eps** (wszystkie obiekty rastrowe w pliku muszą być rozseparowane na CMYK, czcionki skonwertowane na krzywe).
 - c) **Tif** (cmyk)
 - d) **Jpg** (cmyk).
12. Plik nie może zawierać osadzonych profili kolorystycznych.
13. Do każdej reklamy musi zostać dostarczony proof kolorystyczny. Na każdej stronie proofa powinien się znajdować pasek kontrolny. Jeżeli to możliwe, zalecany jest pasek Ugra/FOGRA MediaWedge V. 2.0.
14. Nie przyjmujemy dokumentów otwartych!
15. Drukarnia nie bierze odpowiedzialności za poprawne przeniesienie na płytę plików niezgodnych z powyższymi zaleceniami oraz zawierających kod PostScriptowy pochodzący bezpośrednio lub pośrednio z programu CorelDraw.
16. Sprawdzenie reklamy przez pracownika Motor-Press Polska nie wyłącza odpowiedzialności klienta za błędy w druku wynikające z przygotowania pliku niezgodnie z powyższą specyfikacją.

Materiały w postaci elektronicznej prosimy nadsyłać:

Na adres ftp:

Adres: ftp.mpp.pl

Login: reklama

Password: mpprek77#

Katalog odpowiadający nazwie reklamodawcy prosimy zakładać w podkatalogu MPP/Men's Health

Do tego samego katalogu proszę wprowadzić plik tekstowy, w którym prosimy wpisać informacje na temat nazwy klienta, zleceniodawcy i numeru pisma, w którym ma ukazać się reklama.

lub na nośniku CD, na adres.

Men's Health

Motor-Press Polska sp. z o.o.

ul. Ostrowskiego 7

53-238 Wrocław

UWAGA: Materiały reklamowe będą odsyłane tylko na wyraźne życzenie klientów

Pytania dotyczące kwestii technicznych prosimy kierować do Pana Zbigniewa Skrzypka.

tel. 0-71 780 66 11 wew. 342 lub drogą mailową <mailto:zbigniew.skrzypek@mpp.pl>