

Specyfikacja *Piwwowar*

Przygotowanie reklam do druku

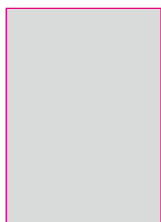
AKCEPTOWANE FORMATY PLIKÓW:

PDF – kompozytowy – zgodność: Acrobat 4 (PDF 1.3)

- wszystkie fonty zamienione na krzywe,
- spady po 5 mm z każdej strony,
- rozdzielczość 300 dpi,
- tryb kolorów CMYK (bez kolorów dodatkowych) profil: ISO Coated v2 300% (ECI),
- projekt wyśrodkowany na stronie,
- bezpieczna odległość obiektów graficznych i tekstów od linii cięcia min 5 mm,
- jeżeli w pracy występują znaczniki cięcia to powinny znajdować się za obszarem brutto.

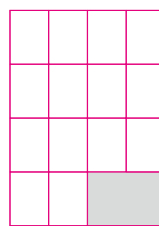
TIF – należy zachować odpowiednie parametry:

- format 1:1,
- spady po 5 mm z każdej strony,
- rozdzielczość 300 dpi,
- tryb kolorów CMYK (8 bitów na kanał bez kolorów dodatkowych) profil: ISO Coated v2 300% (ECI),
- bez warstw – spłaszczone,
- zalecana kompresja LZW,
- projekt wyśrodkowany na stronie,
- bezpieczna odległość obiektów graficznych i tekstów od linii cięcia min 5 mm,
- format pracy powinien być zamknięty w obszarze brutto (bez znaczników cięcia).



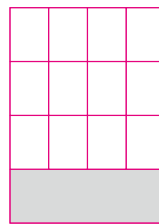
okładka / pełna strona
205 x 285 mm netto
(215 x 295 mm brutto)

MODUŁY:



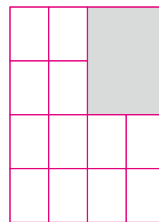
1/8 strony

97,5 mm x 71,25 mm netto
(107,5 x 81,25 mm brutto)



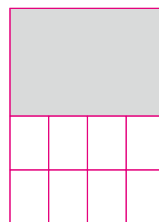
1/4 strony poziom

205 x 71,25 mm netto
(215 x 81,25 mm brutto)



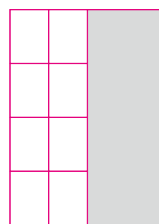
1/4 strony pion

97,5 x 142,5 mm netto
(107,5 x 152,5 mm brutto)



1/2 strony poziom

205 x 142,5 mm netto
(215 x 152,5 mm brutto)



1/2 strony pion

97,5 x 285 mm netto
(107,5 x 295 mm brutto)

Uwaga:

MAGAZYN WYSTĘPUJE RÓWNIEŻ W WERSJI ELEKTRONICZNEJ.

Plik PDF w wersji elektronicznej jest generowany ze średnią kompresją przy rozdzielczości 120 dpi. Oznacza to, że grafika bitmapowa w całym magazynie (także w reklamach) zostaje automatycznie obniżona do rozdzielczości 120 dpi z kompresją średnią. W tym wypadku, dla zachowania czytelności, sugerujemy dostarczenie reklamy w formacie pliku PDF, z czcionkami zamienionymi na krzywe. W przypadku dostarczenia reklamy w formacie, w którym czcionka występuje w formie bitmapy, reklamodawca musi wziąć pod uwagę, jak reklama zachowa się po obniżeniu jakości. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za brak czytelności reklam, które zostały przygotowane niezgodnie ze specyfikacją.