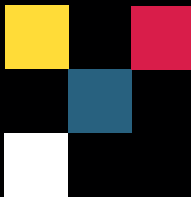


SPECYFIKACJA TECHNICZNA

gremi 
media

Materiał gotowy w formie elektronicznej

1. Formy dostarczania plików

Preferujemy konto FTP lub e-mail (dla mniejszych plików do 6MB).

- Konto FTP
adres: ftp.rp.pl (katalog: odpowiednio: Rzeczpospolita, Parkiet)
użytkownik: reklama, hasło: reklama
- e-mail: material@rzeczpospolita.pl

2. Formaty plików:

Preferujemy pliki .tif i .pdf.

- dla grafik bitmapowych: pliki w formacie TIFF i EPS (single file .eps) wymagana rozdzielczość 600 dpi (rastrowane z wyłączonej opcją ANTYALIASING)
 - pliki wektorowe .eps: wszystkie fonty muszą być zamienione na krzywe
- Wszystkie grafiki powinny być wykonane w skali 1:1.
- W ogłoszeniach kolorowych wszystkie kolory muszą być zamienione na CMYK (do separacji materiałów barwnych należy użyć odpowiedniego profilu ICC, który można pobrać z ftp (adres: ftp.rp.pl, użytkownik: reklama, hasło: reklama katalog: Profile ICC)
- „Rzeczpospolita”, „Parkiet”: Coldset_DG26_TIL225_K90_ModGB.icc (CMYK)
Coldset_DG26_Grey.icc (dla szarego)

3. Nazwa pliku

Nazwa pliku powinna pomóc jednoznacznie go identyfikować. W przypadku poprawek nazwa musi zawierać czytelną informację o kolejnej (poprawionej) wersji ogłoszenia. Prosimy o używanie jak najkrótszych nazw (8 znaków).

Prosimy o unikanie nazewnictwa „rzeczpospolita”, „rzepa”, „reklama”, „ogłoszenie”. Zalecamy używać nazwy klienta docelowego.

4. Podstawowe wymagane parametry techniczne materiałów dostarczanych w formie elektronicznej

	Magazyny i tygodniki (heat-set)	Druk gazetowy (cold-set)
UCR/GCR Sumaryczny stopień pokrycia w obszarach cieni	C+M+Y+K 300%	C+M+Y+K 220% – 240% (Tylko jedna z barw może mieć 100% pokrycia)
Stopień pokrycia	Minimalny stopień pokrycia jaki można zreprodukować to 5% w światłach	
	Maksymalny punkt rastrowy musi być mniejszy niż 90% (cienie)	Maksymalny stopień pokrycia w cieniach rysunku to 90%
Stopień pokrycia tła	Tło raster maksymalnie 20% dla tekstu pozytywowego jednoelementowego Tło raster minimalnie 60% dla tekstu negatywowego jednoelementowego	
Stopień pisma – druk z jednej barwy (w punktach typograficznych)	Minimalny stopień pisma jednoelementowego 6 punktów Minimalny stopień pisma dwuelementowego 7 punktów	Minimalny stopień pisma jednoelementowego 7 punktów Minimalny stopień pisma dwuelementowego 8 punktów
Stopień pisma/grubość linii dla druku w kolorze lub druku w kontrze (w punktach typograficznych)	Minimalny stopień pisma jednoelementowego 8 punktów Minimalny stopień pisma dwuelementowego 10 punktów	Minimalny stopień pisma jednoelementowego 9 punktów Minimalny stopień pisma dwuelementowego 11 punktów Minimalny stopień pisma do drukowania w kontrze nie powinien być mniejszy od 12 pt., przy czym font musi być w odmianie półgrubej lub grubej (bold)
Minimalna grubość linii		Grubość linii w dostarczonym materiale nie powinna być mniejsza od 2 pt.

5. Skalowanie

Ogłoszeniodawca akceptuje możliwe różnice w druku materiałów wynikające z procesu poligraficznego (do 5%).

6. Weryfikacja poprawności ogłoszeń

Reklama lub ogłoszenie może być odrzucone, jeśli:

- liczba znaków w ogłoszeniu będzie przekraczać 300 znaków ze spacjami na jeden moduł
- ogłoszenie jest niewymiarowe
- plik z ogłoszeniem jest uszkodzony lub niemożliwy do odczytania
- wydruk porównawczy dostarczony przez klienta jest różny od wydruku „Rzeczpospolitej”
- w pliku EPS (wektorowym) teksty nie zostały zamienione na krzywe
- ogłoszenie zapisane jako rastrowy EPS lub TIFF zawiera wiele warstw lub niezrastrowane elementy wektorowe
- ogłoszenie w formacie rastrowym zawiera dodatkowe warstwy, kanały lub aktywne ścieżki, maski lub selekcje
- ogłoszenie zrastrowane albo jego fragmenty rastrowe mają rozdzielczość zbyt niską, aby zapewnić oczekiwaną jakość druku
- ogłoszenie zawiera obiekty graficzne lub marginesy poza polem zadruku
- ogłoszenie kolorowe zostało przesłane w modelu kolorów innym niż CMYK
- suma składowych CMYK w dowolnym fragmencie ogłoszenia przekracza 240% (wydania codzienne lub inne na papierze gazetowym) lub 300% (wydania magazynowe)
- ogłoszenie zostało dostarczone w formacie innym niż wymienione wyżej, a prawidłowy wydruk ogłoszenia wymaga instalacji czcionek Ogłoszeniodawcy
- w każdym wypadku, jeśli błędy w przygotowaniu ogłoszenia uniemożliwiają lub znacząco utrudniają jego druk w postaci zgodnej z oczekiwaniami Ogłoszeniodawcy i z jakością odpowiadającą standardowi „Rzeczpospolitej”

Wszelkie korekty dostarczonego materiału dokonywane są na wyraźną prośbę Ogłoszeniodawcy.

Materiały korygowane na zlecenie Ogłoszeniodawcy nie podlegają reklamacji.

7. Nie ponosimy odpowiedzialności za:

- stosowanie opcji overprint (nadruk) dla tekstów i elementów graficznych
- składanie czarnych elementów graficznych lub tekstów z barw CMYK
- niedostosowanie rozpiętości tonalnej półtonów zawartych w ogłoszeniu do zakresu możliwego do prawidłowego wydrukowania
- zbyt drobne elementy graficzne, za cienkie linie, za niski stopień pisma dla danej technologii druku
- za niską rozdzielczość rastrowych elementów ogłoszenia

Wydawca nie odpowiada za niezgodny z oczekiwaniami Ogłoszeniodawcy druk ogłoszenia posiadającego jedną lub więcej z wymienionych cech. Wydawca nie zobowiązuje się do zawiadamiania Ogłoszeniodawcy, jeżeli ogłoszenie spełnia wymienione powyżej kryteria, lecz mimo to zachodzi podejrzenie, że cechy projektu ogłoszenia uniemożliwiają jego wydruk z jakością i w postaci oczekiwanej przez klienta.

8. Wymagania i zalecenia

Wszystkie ogłoszenia powinny być dostarczane z wydrukami kontrolnymi zawierającymi nazwę pliku (EPS, TIFF) oraz nazwę programu, z którego dokonano eksportu. Stanowią one jedynie sprawdzian poprawności montażu. Są podstawą do sprawdzenia zgodności z zamówieniem materiału cyfrowego z wyłączeniem zgodności kolorystycznej.

Ogłoszenia drukowane na spad powinny być większe od pola zadruku o 5 mm z każdej strony, a wszystkie elementy graficzne i teksty umieszczone w odległości minimalnej 10 mm od linii cięcia.

Wskazówki dotyczące zmniejszenia sumarycznego stopnia krycia (Total Area Coverage) elementów rastrowych reklam dla:

Photoshop:

Zaleca się wykonać separację z zastosowaniem profilu ICC, który można pobrać z ftp

(adres: ftp.rp.pl, użytkownik: reklama, hasło: reklama katalog: Profile ICC)

- dzienniki „Rzeczpospolita”, „Parkiet”: Coldset_DG26_TIL225_K90_ModGB.icc (CMYK)
- Coldset_DG26_Grey.icc (dla szarego)

Dopuszczalną metodą jest też przypisanie odpowiedniego profilu barwnego: Image → Mode → Convert to profile → CustomCMYK. W tablicy parametrów „CustomCMYK” należy wybrać wartości: dla dziennika i wszelkich dodatków na papierze gazetowym: Ink Colors: Eurostandard (Newsprint) Dot Gain: 30%, Separation Type: GCR, Black Generation: medium, Black Ink Limit: 97%, Total Ink Limit 240%, UCA amount: 0%. Dla wydań magazynowych: Ink Colors: Eurostandard (Newsprint) Dot Gain: 15%, Total Ink Limit: 300%. Pozostałe parametry jak wyżej.

Ostatnią dopuszczalną metodą (i dającą najgorsze efekty) jest ręczne ograniczenie pokrycia farbą. Należy w programie wybrać: Image → Adjust/Adjustments → Selective color → blacks. Następnie trzeba zmniejszyć udział kolorów CMY i zwiększyć udział K (black).

Kolor czarny (black) zawsze powinien występować jako nadruk (overprint). Dotyczy to także ogłoszeń, w których parametry trappingu zostały określone inaczej. Przy projektowaniu ogłoszenia należy uwzględnić wynikające stąd ograniczenia w nakładaniu kolorów (np. przebijanie barwy apli spod czarnego nadruku).

9. Parametry produkcji form drukowych

Kształt punktu rastrowego	euklidesowy – daje najmniejsze przyrosty w trakcie procesu drukowania
Liniatura elementów rastrowanych	60 linii/cm (150 linii/cal) (heat-set) i 40 linii/cm (100 lpi) (cold-set)

10. Parametry druku gazetowego

- Przesunięcie kolorów

Przy druku barwnym w technologii coldsetowej, przy maksymalnym zadrukowaniu wstęgi 4+4 tolerancja pasowania kolorów wynosi do 0.5 mm. Należy unikać składania napisów, szczególnie małym stopniem, z kilku kolorów, z uwagi na duże problemy ze spasowaniem. W efekcie otrzymujemy często tekst rozmyty i nieczytelny.

Parametry druku gazetowego określa norma ISO 12647-3.

- Przyrost punktu

Przyrost punktu rastrowego w tonach średnich wynosi do 30%. W trakcie druku następuje pewne powiększenie punktów rastrowych i jest ono największe dla rastra o stopniu pokrycia powierzchni 40%-60%.

- Gęstość optyczna

Dopuszczalna różnica gęstości pomiędzy mierzonymi aplami może wynosić do 0,3 mm. Normatywna wartość gęstości optycznej ustalona na podstawie normy ISO 12647-3 to dla barwy:

- Cyan – 0,85,
- Magenta – 0,85,
- Yellow – 0,85,
- Black – 1,10.

Pomiar gęstości

Gęstość optyczna D farby określa ilość nadrukowanej farby na papierze. Im więcej farby – tym gęstość optyczna jest większa. Drukarnia ustala optymalne wartości gęstości (zgodne z zaleceniami IFRA), tzn. że przy tej ilości farby uzyskuje się najlepsze efekty w druku.

Podwyższenie gęstości optycznej, a więc zwiększenie ilości farby powyżej ustalonych wartości nie jest możliwe, ponieważ jest uwarunkowane technologią druku. Przy zwiększonej ilości farby następuje brudzenie podłoża, odbijanie się rysunku na sąsiednich stronach, mazanie się farby pod wpływem dotyku itp.

- Sumaryczny stopień pokrycia w obszarach cieni:

C+M+Y: 120-150%

K: 90-100%

C+M+Y+K: 220-240% (TIL - Total Ink Limit)

Wartość 240% jest całkowitym limitem farbowym (TIL)

11. Artykuły sponsorowane

Wielkość tekstu dla poszczególnych powierzchni została określona w załączniku „Wielkość artykułów sponsorowanych”.

Ogłoszeniodawca, który chce zamówić artykuł sponsorowany, płaci za wybraną wielkość, tak jak za powierzchnię reklamową oraz pokrywa wszelkie inne koszty związane z napisaniem zamówionego tekstu (honorarium autorskie, koszty delegacji, zdjęć itp.) na podstawie specjalnej umowy zawartej z Wydawcą.

Umowa ta daje Ogłoszeniodawcy prawo do autoryzacji artykułu sponsorowanego przed drukiem. Ogłoszeniodawca może także dostarczyć własny tekst reklamowy, który po akceptacji może być wydrukowany. Planując zakup powierzchni, należy uwzględnić dodatkowe miejsce na ilustrację artykułu, tytuły i śródtytuły. Liczba znaków podanych w załączniku „Wielkość artykułów sponsorowanych” dotyczy litego tekstu i nie uwzględnia tytułów, śródtytułów, zdjęć i infografik do artykułów.

Artykuł sponsorowany zamieszczony w „Rzeczpospolitej” będzie wyraźnie oznaczony jako tekst reklamowy. Wszelkie dodatkowe informacje na ten temat można uzyskać w Biurze Reklamy i Ogłoszeń.