

DANE TECHNICZNE

Pisma Telewizyjne Wydawnictwa **BAUER****Technika druku:** • okładka - offset arkuszowy, środki - rotograwiura

- Pliki z gotową reklamą:** • Zalecamy zapis w postaci PDF 1.3 poprzez Postscript Level 3 (optymalnie zalecany jest PPD Adobe oraz driver PS Adobe. Wymienione elementy można pobrać ze strony firmy Adobe):
<http://www.adobe.com/support/downloads/product.jsp?product=44&platform=Macintosh>,
<http://www.adobe.com/support/downloads/product.jsp?product=44&platform=Windows>,
- Plik PDF powinien być utworzony przy użyciu standardowego ustawienia PDF/X-1a:2001 z wyłączonym Output Intent Profile oraz Color Management Policies "Leave Color Unchanged" - w wypadku generowania PDFa 1,3.
 - Po uzgodnieniu z przedstawicielem Wydawnictwa Bauer możliwe jest przekazanie reklamy w postaci pliku PDF w wersji 1,4 jako export z Adobe InDesign, ale wtedy plik PDF powinien być utworzony przy użyciu standardowego ustawienia PDF/X-4:2007-2008 z ustawionym "Output Intent Profile" na „NONE” lub Document CMYK, z wyłączonym Color Conversion czyli „Leave Color Unchanged” lub „No Color Conversion”, oraz wyłączonym „CompressText and Line Art”. Parametr „Subset fonts when percent of characters used is less than:” powinien być ustawiony na 0%,
 - Pliki muszą być zapisane w postaci pojedynczych i kompozytowych plików w kolorystyce CMYK.
 - Nadsyłanie plików kompozytowych zawierających trapping jest niedozwolone.
 - Total Ink Limit (TAC, max. pokrycie farbą) nie może przekraczać 320%.
 - Strony muszą posiadać idealny format netto zgodny ze specyfikacją techniczną poszczególnych zleceń zdefiniowany jako TrimBox z wyciągniętymi elementami na spód, który powinien być zdefiniowany po 5 mm z każdej strony + punkury i znaki formatowe umieszczone poza tym spadem.
 - Wszystkie fonty muszą być dołączone (embedded) do pliku lecz nie jako embedded subset. Nie należy używać fontów typu Type3.
 - Zdjęcia muszą mieć rozdzielczość minimum 300dpi i bez załączonych profili ICC wewnątrz dokumentu (embedded profile).
 - Nie może występować w dokumencie żaden kolor typu spot, jedynie process (jako device CMYK).
 - Czarne teksty, drobne elementy graficzne wektorowe jak i elementy 1-bit (tzw. kreska) muszą mieć włączoną opcję „overprint”;
 - Overprint we wszystkich obiektach o wartości innej niż 100%-Black powinien być wyłączony (zmienić na knockout),
 - Nie wolno używać do żadnych elementów oprócz punktur i znaków formatowych kolorów zdefiniowanych jako Separation All, Registration Color, lub Spot Color All,
 - Przy dużych powierzchniach obiektów z kolorem 100%-Black zalecane jest wzmocnienie czerni innymi składowymi kolorów (Cyan lub/i Magenta lub/i Yellow) jednak tak, by maksymalnie nie przekroczyć w takiej sytuacji Total Ink Limit (TAC-max. pokrycie farbą) 300%,
 - Celem uniknięcia niepożądanego efektu przenikania obiektów spod obiektów z kolorem 100%-Black przy dużych powierzchniach obiektów zaleca się wymuszenie Knockoutu poprzez dodanie co najmniej po 1% dla pozostałych składowych czyli C=1%, M=1%, Y=1%. Wartością maksymalną dla CMY jest zdefiniowana w punkcie powyżej,
 - Zalecane jest unikanie tekstu, cienkich linii oraz innych podobnych elementów graficznych w kontrze na czarnym tle („Rich Black”) opartego na tle składającym się z czterech kolorów, zastępując go tylko jednym tzn. 100% Black, ewentualnie można wzmocnić go jednym z kolorów Cyan lub/i Magenta lub/i Yellow jak powyżej.
 - Przy doborze fontu (krój, stopień i odmiana pisma) w pracy należy zwrócić uwagę na najmniejszą szerokość kreski tworzącej krój pisma. W wypadku umieszczenia wyżej opisanego fontu, cienkich linii i podobnych elementów graficznych w kontrze szerokość ta powinna być większa niż 0,8 pkt. ≈ 0,3mm. Jeśli ww. elementy nie są w kontrze mogą być mniejsze od 0,8 pkt. ≈ 0,3 mm, ale powinny być zapisane w jednym kolorze oraz nie należy w ogóle używać ww. elementów poniżej 0,4pkt. ≈ 0,15 mm,
 - Z praktycznego punktu widzenia trudno spełnić ww. warunki dla fontów poniżej 8 punktów typograficznych bądź dwuelementowych, szeryfowych, niepogrubionych, zwłaszcza w odmianach cienkich i bardzo cienkich (jasnych) typu Light i Ultra-Light, Extra-Light itp.

Wydawnictwo **BAUER****Dział Reklamy Pism Telewizyjnych:** aleja Stanów Zjednoczonych 61a, 04-028 Warszawa; fax:(0) 22 516 35 91ZASTĘPCA DYREKTORA BIURA REKLAMY: **Witold Trzciniński**, (0) 22 516 32 22, witold.trzcinski@bauer.plZESPÓŁ: **Katarzyna Kilanowska**, (0) 22 516 35 55, katarzyna.kilanowska@bauer.pl; **Marzena Markowska**, (0) 22 516 35 20, marzena.markowska@bauer.pl;**Aneta Rym-Gałka**, (0) 22 516 31 80, aneta.rym@bauer.pl; **Monika Włodarczyk**, (0) 22 516 35 54, monika.wlodarczyk@bauer.pl; **Michał Lisowski**, (0) 22 516 35 40, michal.lisowski@bauer.pl;**Małgorzata Łopatecka**, (0) 22 516 35 93, malgorzata.lopatecka@bauer.pl; **Monika Frelek**, (0) 22 516 35 22, monika.frelek@bauer.pl; **Edyta Słowińska**, (0) 22 516 35 86, edyta.slowinska@bauer.pl;KOORDYNATOR: **Magdalena Witan**, (0) 22 516 31 91, magdalena.witan@bauer.pl

Pisma Telewizyjne Wydawnictwa **BAUER**

- Teksty i istotne elementy graficzne należy umieścić w odległości min. 5 mm od linii cięcia.
 - Skala odwzorowania w druku danych klienta [rozpiętość tonalna] zawiera się w zakresie 4-95%.
 - Nie zalecamy pogrubiania tekstów poprzez outline (stroke) tzw. Artificiant Bold. Liternictwo traci ostrość konturów, co przy rastrowaniu może powodować utratę kształtu liternictwa.
 - Wydawnictwo i drukarnia nie bierze odpowiedzialności za odwzorowanie plików niezgodnych z powyższymi zaleceniami oraz zawierających kod PostScriptowy pochodzący bezpośrednio lub pośrednio z programu CorelDraw.
 - przygotowanie danych w innej postaci może być dostępne po uprzednim skonsultowaniu z działem Media Serwis w Wydawnictwie BAUER
- Przekazanie danych:**
- płyty CD-R lub DVD-R pamięci flash-USB,
 - łącze ftp: serwer: red.bauer.pl
login: reklamy
hasło: rekbauer
folder: <odpowiedni dla tytułu>
 - lub z przeglądarki: ftp://reklamy:rekbauer@red.bauer.pl
- Materiał porównawczy:**
- Cyfrowy proof powinien być przygotowany wg profilu ICC docelowej technologii:
okładki – **RRDcoatedv1.icc**,
środki – **Bauer_SC_0209_v1.icc**
Powyższe profile ICC dostępne są na stronie internetowej Wydawnictwa Bauer.
Odbitka próbna powinna być wykonana z tych samych plików, które zostaną dostarczone do Wydawnictwa. Każdy proof cyfrowy musi być zcertyfikowany spektrofotometrem w stosunku do profilu IC wg którego został wykonany przy użyciu testu UGRA/FOGRA Media Wedge 2.0 lub 2,2 bądź 3,0 i wg założeń poniższych tolerancji: tolerancja dla symulacji podłoża $\Delta E < 3$, tolerancja dla Apli $\Delta E < 4$ oraz tolerancja dla Apli w przebarwieniu $\Delta H < 2,5$, tolerancja średnia ze wszystkich pól kontrolnych $\Delta E < 3$, maksymalna tolerancja dla najbardziej niezgodnego pola $\Delta E < 6$, tolerancja dla pól neutralnych $\Delta H < 1,5$).
Wizualną ocenę zbieżności proofów do druku należy przeprowadzać w standardowych warunkach oświetleniowych, zgodnych z normą ISO 3664:2000, tzn.: oświetlenie zbieżne z iluminantem D50 (temperatura barwowa 5000 stopni K), natężenie oświetlenia na oglądanej powierzchni materiałów powinno wynosić 2000 ± 500 lx.
- Dodatkowe informacje:**
- Cienkie linie lub inne podobne elementy graficzne (poniżej 0,8 pkt.) lub tekst poniżej 8 pkt. powinny być wykonane w jednym kolorze oraz krojem jednoelementowym;
UWAGA! przy druku wysokonakładowym tolerancja pasowania w druku jednego koloru to (+ -) 0,2 mm , co sumarycznie przy odchyleniu jednego koloru na (+) a drugiego na (-) daje rozpasowanie rzędu 0,4 mm (DOTYCZY STRON WEWNĘTRZNYCH) dlatego też najlepiej unikać tekstu w kontrze opartego na tle składającym się z czterech kolorów, zastępując tylko jednym. Reklamy całostronicowe przygotowywane w formacie brutto są obcinane o 5 mm ze wszystkich stron na stronach okładkowych i o 3 mm z góry i/lub dołu, oraz o 5 mm z lewej i/lub prawej strony na stronach wewnętrznych.
 - Dostarczane pliki należy nazywać wg schematu:
<tytuł gazety>_<nr wydania>_<nazwa produktu reklamowanego>
np.: teletydzien_05_produk
 - Reklamy dwustronicowe należy dostarczać jako dwie pojedyncze strony.
 - Adres: Wydawnictwo Bauer
Dział Reklamy,
al. Stanów Zjednoczonych 61,
04-028 Warszawa

**Szczegółowych informacji udziela dział Media Service Wydawnictwa Bauer,
Tel. (0) 22 517-05-16, 22 517-05-26, 22 517-05-43, 22 517-05-45**

Dział Reklamy Pism Telewizyjnych: aleja Stanów Zjednoczonych 61a, 04-028 Warszawa; fax:(0) 22 516 35 91

ZASTĘPCA DYREKTORA BIURA REKLAMY: Witold Trzciniński, (0) 22 516 32 22, witold.trzcinski@bauer.pl

ZESPÓŁ: Katarzyna Kilanowska, (0) 22 516 35 55, katarzyna.kilanowska@bauer.pl; Marzena Markowska, (0) 22 516 35 20, marzena.markowska@bauer.pl;

Aneta Rym-Gałka, (0) 22 516 31 80, aneta.rym@bauer.pl; Monika Włodarczyk, (0) 22 516 35 54, monika.wlodarczyk@bauer.pl; Michał Lisowski, (0) 22 516 35 40, michal.lisowski@bauer.pl;

Małgorzata Łopatecka, (0) 22 516 35 93, malgorzata.lopatecka@bauer.pl; Monika Frelek, (0) 22 516 35 22, monika.frelek@bauer.pl; Edyta Słowińska, (0) 22 516 35 86, edyta.slowinska@bauer.pl;

KOORDYNATOR: Magdalena Witan, (0) 22 516 31 91, magdalena.witan@bauer.pl