

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. Wymiar pełnej strony reklamowej: **215 x 280 mm + po 5 mm spadu** z każdej strony.
3. Reklama rozkładówkowa powinna być przygotowana jako dwie pojedyncze strony.
4. Całostronicowe reklamy nie powinny zawierać znaczników cięcia, paserów, pasków kalibracyjnych ani innych elementów znajdujących się poza formatem strony powiększonym o 5 mm spadu.
5. 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).
6. Separacje barwne:
 - Suma wartości tonalnych Total Ink Limit (TIL) maks. 300%
 - Nie należy budować obszarów czarnej apli tylko z K, ale należy zawsze zachować limit TIL. (Parametr MaxK nie powinien przekraczać 95%.)
7. Podczas obróbki plików kompozytowych drukarnia odpowiada za overprinty, knockouty i trapping wg następujących zasad:
 - obiekty 100% czarne zostają nadrukowane (overprint),
 - overprint we wszystkich innych obiektach jest wyłączany (knockout),
 - nadsyłanie plików kompozytowych zawierających trapping jest niedozwolone.
8. Dopuszczalne formaty plików:
 - **PDF** (wszystkie obiekty rastrowe w pliku muszą być rozseparowane na CMYK, czcionki skonwertowane na krzywe).
 - **Eps** (wszystkie obiekty rastrowe w pliku muszą być rozseparowane na CMYK, czcionki skonwertowane na krzywe).
 - **Tif** (cmyk) d) **Jpg** (cmyk).
9. Plik nie może zawierać osadzonych profili kolorystycznych.
10. 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.
11. Nie przyjmujemy dokumentów otwartych!
12. 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.
13. Sprawdzenie reklamy przez pracownika Motor-Press Polska nie wyłącza odpowiedzialności klienta za błędy w druku wynikające z przygotowania pliku niezgodnie z powyższą specyfikacją

Materiał reklamowy można także przesłać na nośniku CD, na adres wydawnictwa → patrz stopka.

UWAGA: Materiały reklamowe będą odsyłane tylko na wyraźne życzenie klientów. W razie jakichkolwiek pytań czy wątpliwości w kwestiach technicznych prosimy o kontakt z Panem:
Zbigniewem Skrzypkiem tel. 0-71 780 66 11 wew. 342 lub drogą mailową <mailto:zbigniew.skrzypek@mpp.pl>