

PLAYBOY 2010



Cennik
Specyfikacja
techniczna





Cennik



Formaty reklam



Specyfikacja techniczna



Terminarz



Warunki zamieszczania reklam



Kontakty



II okładka + 1 strona	84 000 PLN
rozkładówka	69 500 PLN
II okładka	58 000 PLN
III okładka	47 500 PLN
IV okładka	77 500 PLN

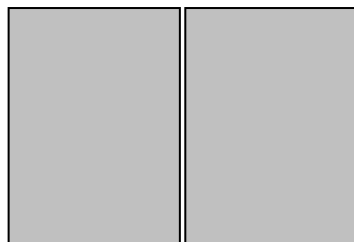
	PRAWA	LEWA
cała strona	44 500 PLN	41 000 PLN
2/3 strony	30 500 PLN	28 500 PLN
1/2 strony	23 000 PLN	21 000 PLN
1/3 strony	15 500 PLN	14 000 PLN

Przygotowanie advertorialu + 10 % dopłaty

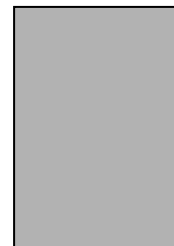
Wybór lokalizacji + 15 % dopłaty

Ceny nie zawierają podatku VAT

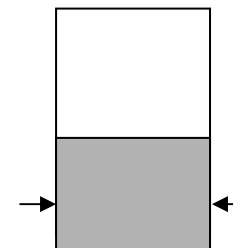
Formaty reklam



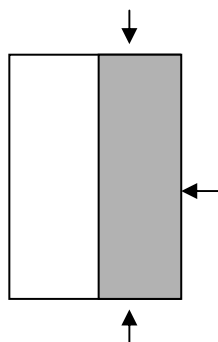
ROZKŁADÓWKA
(210 x 273mm) x 2
 5 mm spad góra, dół i boki zewnętrzne
 3mm na frez w grzbiecie



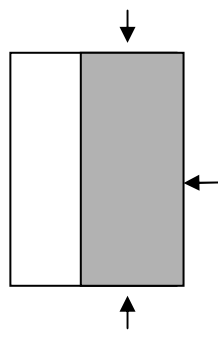
PEŁNA STRONA
210 x 273 mm
 5 mm spad z każdej strony



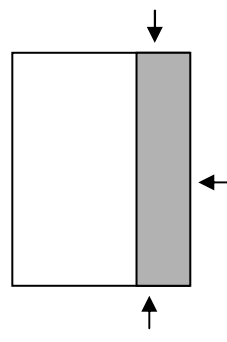
1/2 STRONY POZIOM
210 x 132 mm
 5 mm spad dół, boki



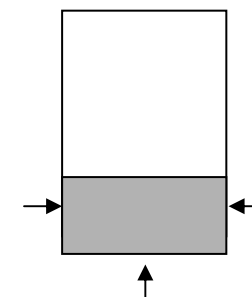
1/2 STRONY PION
101 x 273 mm
 5 mm spad góra, dół i bok zewnętrzny



2/3 STRONY PION
131 x 273mm
 5 mm spad góra, dół i bok zewnętrzny



1/3 STRONY PION
72 x 273mm
 5 mm spad góra, dół i bok zewnętrzny



1/3 STRONY POZIOM
210 x 91mm
 5 mm spad góra, dół i bok zewnętrzny

Informacje i wymagania techniczne dla przesyłanych materiałów

Materiały mogą być dostarczone na nośniku CD-ROM lub przesłane na <ftp.marquardmedia.pl>. Akceptujemy wyłącznie pliki kompozytowe zapisane w formacie EPS, TIFF, PDF lub w formacie PostScriptu. Nie przyjmujemy absolutnie żadnych prac w postaci plików otwartych ani pocztą @. Do pliku powinien być dołączony wzór kolorystyczny (proof kontraktowy - materiał wzorcowy wiernie symulujący rzeczywisty efekt procesu drukowania daną techniką drukowania).

1. UKŁAD GRAFICZNY

- 1.1. Każda strona powinna posiadać spady o wielkości 5 mm ze wszystkich stron.
- 1.2. Ważne elementy tekstowe lub graficzne powinny znajdować się w odległości nie mniejszej niż 5 mm od linii cięcia.
- 1.3. W przypadku opraw klejonych należy pamiętać, że 2 i 3 strona okładki oraz pierwsza i ostatnia strona wkładu będą miały zaklejone po 3 mm od strony grzbietu przez klejenie boczne, przez co zmniejsza się efektywny format rozkładówek. Jeżeli nie wprowadzona jest korekta to pojawia się zjawisko „wycięcia” fragmentu obrazu spowodowanego zaklejeniem. Przy czym format strony powinien zostać ten sam, zmianie podlega tylko wielkość obrazu na stronie.
- 1.4. Minimalny stopień pisma drukowanego jednym kolorem wynosi:
 - dla krojów jednoelementowych 6 pkt.
 - dla krojów dwuelementowych 7 pkt.Minimalny stopień pisma drukowanego więcej niż jednym kolorem lub w kontrze wynosi:
 - dla krojów jednoelementowych 8 pkt.
 - dla krojów dwuelementowych 10 pkt.
- 1.5. Najmniejsza dopuszczalna grubość linii to 0,2 pkt. Linie wykonane w kontrze lub więcej niż w jednym kolorze powinny mieć grubość nie mniejszą niż 0,75 pkt.
- 1.6. W celu uzyskania większej głębi czarnego w obszarach apli należy generować go z 4 kolorów. Zalecane składowe to C=60, M=60, Y=60, K=100 dla papierów powlekanych (MWC, LWC) i C=50, M=40, Y=40, K=100 dla papierów niepowlekanych (typu SC lub papiery gazetowe).
- 1.7. Wszystkie elementy graficzne strony muszą być przygotowane w przestrzeni CMYK w oparciu o profil ICC (plik cyfrowy zawierający charakterystykę barwną danego urządzenia. Profil ten jest zgodny z wymaganiami określonymi przez Specyfikację ICC) udostępniony na stronie www.marquard.pl/playboy.html
- 1.8. Wszystkie stosowane kolory dodatkowe (spot colours) np. systemu Pantone® muszą być zamienione na CMYK.

2. PRZYGOTOWANIE I DOSTARCZENIE MATERIAŁÓW CYFROWYCH

2.1. Strony powinny być przygotowane w postaci plików:

- EPS, TIFF dla materiałów montażowych;
- EPS, TIFF, PDF (w wersji 1.2, 1.3, 1.4, 1.5), PS (w wersji 1, 2 lub 3) - pliki kompozytowe bez warstw - dla materiałów całostronicowych.

2.2. Rozdzielczość zdjęć zawartych w plikach cyfrowych nie może być niższa niż 300 dpi. Przystanie grafiki o niższej rozdzielczości oznacza akceptację na obniżenie jakości danego zdjęcia.

2.3. Maksymalne nafarbiecie (TAC lub TIL) nie powinno przekraczać:

- dla prac do druku zwojowego: 300% dla papierów powlekanych (typu WMC, LWC) i 260% dla papierów niepowlekanych;
- dla prac przeznaczonych do druku arkuszowego: 320% dla papierów powlekanych i 280% dla papierów niepowlekanych.

2.4. Materiały lub ich elementy graficzne nie mogą zawierać dołączonych profili (brak zatagowanych profili).

2.5. Elementy graficzne strony nie mogą zawierać dołączonych komentarzy OPI (Open Prepress Interface).

2.6. Dostarczone pliki w formacie PDF muszą posiadać zdefiniowany trim box.

2.7. W plikach zapisanych jako EPS wszystkie teksty powinny być zamienione na krzywe.

3. GENEROWANIE PLIKÓW

3.1. Drukarnia zaleca pliki kompozytowe w wersji PDF 1.4 generowane Adobe Acrobat Distillerem do wersji 5.0 wzwyz.

3.2. Do wygenerowania PDF-a lub PS-a należy użyć następujących sterowników:

- AdobePS driver, który dostępny jest na stronie internetowej www.winkowski.pl/prepress lub na stronie www.adobe.com
- LaserWrie w wersji minimum 8.5.1 - na Macintosh
- Prinergy Refiner.ppd, dostępny na stronie internetowej www.winkowski.pl/prepress

3.3. Pliki PS powinny być sprawdzone programem Adobe Distiller/Reader w celu wykrycia ewentualnych błędów.

Postscripty i pdf-y nie powinny zawierać prewek, wszystkie zdjęcia zawarte w plikach muszą być przygotowane z rozdzielczością 300 dpi. CMYK.

4. NAZEWNICTWO PLIKÓW

4.1. Nazwy plików powinny zawierać nazwę produktu lub Klienta i Tytuł, dla którego zostały przygotowane.

4.2. Nazwy plików nie powinny zawierać polskich znaków, spacji oraz znaków specjalnych (typu / > *)

4.3. Dla każdej ze stron należy generować oddzielny plik. Również w przypadku rozkładówek należy tworzyć oddzielne pliki dla lewej i prawej strony.

5. MATERIAŁY WZORCOWE

5.1. Zalecane jest dołączenie proofa kontraktowego do każdej strony.

5.2. Proofy kontraktowe powinny być wykonywane po ostatniej korekcie plików przeznaczonych do druku.

5.3. Do wykonania proofa kontraktowego należy zastosować profil ICC ściągnięty ze strony www.marquard.pl/playboy.html

5.4. Na każdym proofie powinien znajdować się pasek kontrolny. Zalecanym paskiem kontrolnym jest pasek UGRA/FOGRA, który można pobrać ze strony www.marquard.pl/playboy.html

5.5. Papier wykorzystany do wykonania proofa powinien być jak najbardziej zbliżony do papieru nakładowego pod względem barwy i połysku. Proof musi uwzględniać symulację podłoża drukowego.

5.6. Jeżeli proof wykonany jest niezgodnie ze specyfikacją to nie stanowi proofa kontraktowego. Materiał dostarczony przez Klienta może stanowić materiał wzorcowy dla maszynisty, ale jest to związane z możliwością uzyskania odmiennej kolorystyki.

5.7. Tylko poprawnie wykonane proofy przechodzą proces certyfikacji (proces kontroli poprawności wykonania proofa, polegający na określeniu różnicy barwy pomiędzy wartościami pomierzonymi na polach paska kontrolnego zamieszczonego na proofie, a wartościami docelowymi. Wartości docelowe określone są na podstawie profilu ICC, w którym wykonany jest proof) w drukarni i są podstawą do reklamacji.

NUMER	MATERIAŁY	DZIEŃ SPRZEDAŻY
01/10	4 grudzień 2009	22 grudzień 2009
02/10	12 styczeń 2010	28 styczeń 2010
03/10	9 luty 2010	26 luty 2010
04/10	16 marzec 2010	30 marzec 2010
05/10	13 kwiecień 2010	30 kwiecień 2010
06/10	11 maj 2010	28 maj 2010
07/10	15 czerwiec 2010	29 czerwiec 2010
08/10	13 lipiec 2010	30 lipiec 2010
09/10	10 sierpień 2010	27 sierpień 2010
10/10	14 wrzesień 2010	29 wrzesień 2010
11/10	12 październik 2010	29 październik 2010
12/10	16 listopad 2010	30 listopad 2010
01/11	7 grudzień 2010	22 grudzień 2010



PLAYBOY

Warunki zamieszczania reklam

1. Podstawę zamieszczenia reklamy w magazynach CKM lub Playboy stanowi umowa-zlecenie zawarta pomiędzy Zleceniodawcą a Wydawcą. Nie jest możliwe wykupienie powierzchni (zamieszczenia reklam) przez więcej niż jednego Zleceniodawcę na podstawie jednej i tej samej umowy-zlecenia.
2. Umowa-zlecenie określa szczegółowo wszystkie istotne elementy, precyzując m.in.. rodzaj reklamy, ceny, warunki płatności oraz terminy i warunki techniczne.
3. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy publikacji reklamy (niezależnie od treści zawartej umowy) jeżeli dostarczone materiały zdaniem Wydawcy nie nadają się do publikacji (np. ze względu na ich niestosowny lub szkodliwy charakter, złą jakość dostarczonych materiałów etc.). O zaistnieniu takiego faktu Wydawca pisemnie powiadomi Zleceniodawcę nie później niż w terminie 14 dni od daty otrzymania zakwestionowanych materiałów.
4. Wydawca nie odpowiada za treść dostarczonych przez Zleceniodawcę i zamieszczonych w magazynach CKM lub Playboy reklam. Zleceniodawca zobowiązany jest do naprawienia wszelkich ewentualnych szkód po stronie Wydawcy wynikłych w związku z treścią zamieszczonej reklamy.
5. Warunkiem zamieszczenia reklam publikowanej po raz pierwszy jest dokonanie pełnej przedpłaty na konto Wydawcy, na miesiąc przed datą publikacji reklamy.
6. Rezygnacja z zamieszczenia reklamy w terminie późniejszym niż 8 tygodni przed publikacją reklamy uprawnia Wydawcę do obciążenia Zleceniodawcy równowartością 50% uzgodnionej należności za reklamę.
7. Wycofanie zlecenia w terminie późniejszym niż 6 tygodni przed publikacją reklamy uprawnia Wydawcę do obciążenia Zleceniodawcy równowartością 100% uzgodnionej należności za reklamę.
8. W przypadku zmian w treści lub formie reklamy w trakcie trwania kontraktu, niedostarczenie przez Zleceniodawcę nowych materiałów najpóźniej do dnia zamknięcia numeru magazynu, w którym zmieniona reklama ma zostać zamieszczona, uprawnia Wydawcę do zamieszczenia reklamy dostarczonej do numeru, w którym zrealizowana została ostatnia publikacja Zleceniodawcy.
9. Ceny reklam podane w cenniku, dotyczą materiałów gotowych do druku, przez które rozumiemy materiały przygotowane zgodnie z obowiązującą Specyfikacją Warunków Technicznych.
10. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe na skutek okoliczności, na które nie miał on wpływu, tj. w szczególności powstałych w wyniku pożaru, powodzi, strajków, zamknięcia granic etc., a które zakłócić mogą częściowo lub całkowicie produkcję lub dystrybucję magazynu
11. Faktury za zamieszczenie reklam (wraz z adnotacją o terminie płatności) wystawiane są w dniu ich opublikowania.
12. Zleceniodawca zobowiązuje się do zgłoszenia Wydawcy ewentualnych reklamacji dotyczących jakości wykonywania usługi pisemnie w terminie 7 dni od daty otrzymania faktury wraz z egzemplarzem dowodowym. Niezachowanie ww. terminu uprawnia Wydawcę do odmowy uznania reklamacji i żądania zapłaty za wykonaną usługę w całości.
13. Ceny nie zawierają podatku VAT.





Kontakty

Dyrektor Reklamy Wydawnictwa:

Alicja Skrzypczak

tel: (+22) 421-13-60

e-mail: alicja.skrzypczak@marquard.pl

Dyrektor Reklamy CKM & Playboy:

Monika Ruskowska tel: (+22) 421-13-55

e-mail: monika.ruskowska@marquard.pl

Zastępca Dyrektora Reklamy CKM & Playboy:

Lucyna Redo tel: (+22) 421-13-64

e-mail: lucyna.redo@marquard.pl

Asystentka Zastępcy Dyrektora Reklamy CKM & Playboy:

Katarzyna Budyta tel: (+22) 421-13-79

e-mail: katarzyna.budyta@marquard.pl

Anna Dylicka - tel: (+22) 421-13-83; e-mail: anna.dylicka@marquard.pl

Paulina Pleniewicz - tel: (+22) 421-13-82; e-mail: paulina.pleniewicz@marquard..pl

Konrad Cichosz - tel: (+22) 421-13-89; e-mail: konrad.cichosz@marquard.pl

Asystentka dyrektora reklamy:

Beata Moch - tel: (+22) 421-13-30; e-mail: beata.moch@marquard.pl



Marquard Media Polska Sp.z o.o.
ul. Wilcza 50/52, 00-679 Warszawa
Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie,
XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
KRS: 0000004199, NIP: 522-005-96-82;
Kapitał zakładowy: 23 124 000,00
tel. (22) 421-13-30; fax. (22) 421-13-33;



MARQUARD MEDIA POLSKA