

burda

Dane techniczne i zasady przyjmowania reklam / Technical data and ad submission procedures

Format netto / Netto format: Pliki graficzne / Graphic files:

- 215 x 267 mm
- PDF (plik preferowany / preferred format)
 - Photoshop: TIFF, EPS, 300 dpi, CMYK
 - Ilustrator: EPS, CMYK, teksty zamienione na krzywe / curves

Total Ink Limit (TIL) max 320%

Spady min. 5 mm, minimalna odległość istotnych elementów od linii cięcia 4 mm / Bleed min. 5 mm, minimum distance of essential elements from the trim box 4 mm

- CD
- pliki do 5 MB e-mail /files up to 5 MB by: reklama@burdamedia.pl
- ftp://217.153.45.179
login: burda
hasło / password: Reklama2005
(Proszę pamiętać o tym, że wielkie litery są istotne / Please note that capital letters are important

offset

Nośniki / Media:

Druk / Print:

Szczegółową specyfikację techniczną przesyłamy na życzenie klienta / Detailed technical specification available at customer's request

W razie pytań technicznych prosimy o kontakt / In case of technical problems contact Tomasz Langsam, tel. (+48 71) 37 62 828, e-mail: tomasz.langsam@burdamedia.pl

Zasady przyjmowania reklam

1. Zamawiający reklamę w czasopiśmie wydawanych przez wydawnictwo Burda Media Polska Sp. z o. o. jest zobowiązany do dostarczenia pod adresem wydawnictwa pisemnego zlecenia zawierającego:

- dokładny adres zleceniodawcy (reklamodawcy lub agencji);
- nazwę czasopisma, w którym ma się ukazać reklama;
- datę ukazania się reklamy;
- format reklamy;
- nazwisko i numer telefonu/faksu osoby upoważnionej do kontaktu z Biurem Reklamy.

2. Burda Media Polska Sp. z o. o. dokona oceny merytorycznej Reklamy w terminie 7 dni licząc od daty otrzymania projektu lub Materiałów reklamowych. W przypadku wystąpienia rozbieżności lub nieścisłości Biuro Reklamy wystąpi o ich skorygowanie. Brak zastrzeżeń od Burda Media Polska Sp. z o. o. w tym terminie oznacza akceptację zlecenia i skierowanie Reklamy do druku lub Materiałów reklamowych do realizacji.

- W przypadku pierwszego kontaktu ze zleceniodawcą Biuro Reklamy wymaga dostarczenia pod adresem wydawnictwa wypisu z rejestru handlowego podmiotu zamawiającego reklamę.
- Zleceniodawca ponosi pełną odpowiedzialność prawną za tekstową oraz zdjęciową zawartość reklamy i zwalnia wydawnictwo Burda Media Polska z wszelkiej odpowiedzialności w stosunku do osób trzecich.
- Zleceniodawca odpowiada za terminowe, bezbłędne

i zgodne z technicznymi parametrami (wyszczególnionymi w niniejszym cenniku) przygotowanie materiału reklamowego.

- Wydawnictwo Burda Media Polska ma prawo odmówić publikacji reklamy w przypadku, jeżeli jej treść jest niezgodna z obowiązującym prawem i ogólnie przyjętymi dobrymi obyczajami.
- Powyższy zapis odnosi się również do insertów i wklejek we wszystkich tytułach wydawnictwa. W przypadku odmowy publikacji zleceniodawca zostanie o tym fakcie poinformowany przez Biuro Reklamy w terminie 2 dni roboczych od chwili otrzymania materiałów.
- Reklamy lub teksty sponsorowane, których treść i kształt graficzny zbliżone są do materiałów redakcyjnych, muszą być wyraźnie oznaczone słowami „reklama” lub „tekst sponsorowany”.
- Wydawnictwo Burda Media Polska gwarantuje emisję reklamy zgodnie z wartością techniczną materiałów dostarczonych przez zleceniodawcę (proof).
- W przypadku gdy przygotowany przez zleceniodawcę materiał ma wady ukryte – niewidoczne na etapie przygotowania do druku, a zostaną one ujawnione po wydrukowaniu reklamy – wydawnictwo nie uwzględni reklamacji ze strony zleceniodawcy. W razie konieczności dokonania technicznych poprawek na materiale reklamowym dostarczonym przez zleceniodawcę poniesione przez wydawnictwo koszty obciążą zleceniodawcę.
- 3.** Szczegółowe zasady zlecenia publikacji reklam i ogłoszeń znajdują się w dokumencie Ogólne Zasady Zamieszczania Reklam i Ogłoszeń.