

## Podmínky pro přijímání podkladů pro inzerci a distribuci

### 1. Grafické podklady pro inzerci a obrázky pro PR články

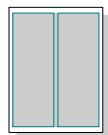
#### ■ Grafická inzerce a obrázky pro PR články

Podklady pro grafickou inzerci a obrázky (fotografie) pro PR články v bitmapových formátech **TIFF** nebo **JPEG**, minimální rozlišení 300 DPI při skutečné velikosti. Pokud je požadavek na zvětšování obrázků, je vyžadováno rozlišení úměrně vyšší.

Vektorové grafiky mohou být ve formátech **AI** a **EPS**, popřípadě **CDR** pouze do verze 13. V případě, že vektorové grafiky obsahují text, musí být převeden do křivek!

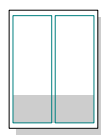
Obrázky v kvalitě pro WEB, eventuelně z internetu stažené, stejně jako obrázky v jiných, než výše uvedených formátech (např. DOC, PPT) nemohou být akceptovány.

#### ■ Rozměry podkladů pro grafickou inzerci



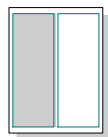
##### 1 celostrana

bez spadávky 184 x 255 mm  
na spad 216 x 303 mm (210 x 297 plus 3 mm  
přídavku podél okrajů)



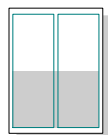
##### 1/4 čtvrt strany na šířku

bez spadávky 184 x 62 mm  
na spad (podval) 216 x 81 mm (210 x 78 mm  
plus 3 mm přídavku podél vnějších okrajů)



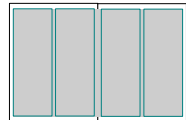
##### 1/2 půl strany na výšku

na spad 102 x 297 plus 3 mm přídavku podél  
okrajů (108 x 303 mm)



##### 1/2 půl strany na šířku

bez spadávky 184 x 124 mm  
na spad 216 x 143 mm (210 x 140 plus 3 mm  
přídavku podél vnějších okrajů)



##### 2 dvoustrana

na spad 426 x 303 (420 x 298 plus  
3 mm přídavku podél vnějších okrajů)

#### ■ Podklady pro inzerci na spadávku

Celostránkové inzeráty na spadávku musí být v rozměru 216 x 303 (oříznutá strana je v rozměru A4).

Všechny objekty, které nemají být oříznuty, musí být umístěny nejméně 5 mm od okraje čistého formátu (A4), tedy 8 mm od okraje spadávky.

### 2. PR články

#### ■ Zpracování textu

Pro zpracování textu pro PR článek obdrží inzerent od PETROLmedia šablonu ve formátu Dokument MS Word. Inzerent do něj edituje **text v nastaveném formátování**. Změna formátování zkreslí rozsah textu pro PR článek a je tudíž nepřípustná.

**Nadpis** doporučujeme krátký a výstižný, neměl by přesáhnout šířku strany v šabloně.

**Podnadpis** musí být vždy delší než nadpis, neměl by přesáhnout šířku strany v šabloně.

**Úvodník (perex)** je zpravidla anotací obsahu textu článku. Jeho doporučená délka je od 2 do 5 řádků.

**Text** celostránkového PR článku doporučujeme rozdělit do oddílů (částí) s vlastními podnadpisy. Text půlstránkového PR článku se řadí k perexu bez členění na části a bez podnadpisů.

**Autor** - Pod textem na místě Autor se uvede PR a jméno firmy bez zkratky druhu společnosti (př.: PR PETROLmedia).

**Celý název společnosti inzerenta a kontaktní údaje** na firmu se uvedou pod označením PR.

**Pod čarou do poznámek** se uvedou pokyny pro redakci a označení názvů příslušných souborů obrázků s případnými popisky k obrázkům. Popisek nesmí přesáhnout 1 řádek textové šablony.

**Do šablony se pouze edituje text a nevkládají se do ní žádné obrázky ani jiná grafika!**

#### ■ Délka textu

Pro orientaci o délce textu je na levém okraji šablony stupnice s dílky. Délka textu včetně nadpisů, podnadpisů a kontaktních údajů o firmě nesmí přesáhnout u půlstránkového inzerátu 4 dílky stupnice, u celostránkového inzerátu 8 dílků stupnice.

Pokud budou k textu přiloženy obrázky, je nutno délku textu přiměřeně velikosti prostoru pro obrázky a fotografie krátit. Na jeden obrázek je nutno počítat krácení prostoru pro text o minimálně 1/2 dílku stupnice.

**Podklady s nadměrně dlouhým textem budou inzerentovi vráceny ke zkrácení nebo s návrhem na přobjednávku odpovídajícího komerčního prostoru pro inzerci.**

#### ■ Redakční servis

Redakce provádí editaci PR článků včetně návrhů znění Nadpisů, Podnadpisů zdarma, jakož i následnou několikanásobnou jazykovou korekturu. Texty se zásahy editora jsou zaslány inzerentovi ke schválení před předáním podkladů do předtiskové přípravy.

### 3. Individuální distribuce a vklady

---

#### ■ Rozšíření distribučního seznamu na žádost klienta (inzerenta)

Distribuční seznam je možno doplnit o klienty inzerenta nebo partnera a to na základě předaného seznamu s adresami. Pro bezplatnou distribuci je omezen počtem 25 výtisků. Nad uvedený počet bude s klientem (inzerentem) dohodnuta cena za navýšení individuální rozesílky.

#### ■ Individuální distribuce

V rámci jednoho i více vydání je možno vyčlenit segment klientů z distribučního seznamu pro individuální rozesílku - například do části vydání bude vložen vklad a tyto magazíny budou rozeslány danému segmentu klientů (např. pouze čerpací stanice).

**Redakce distribuční seznam nezveřejňuje ani nepředává třetím osobám. Redakce po dohodě zajistí individuální rozesílku materiálů i mimo termíny vydání magazínu na základě zvláštní objednávky.**

#### ■ Vkládání vlastních tiskovin a předmětů

Podmínky pro individuální vklad tiskovin a předmětů určených pro vklad do magazínu musí projednat klient – inzerent s redakcí před příslušnou uzávěrkou magazínu.

Inzerent zajistí dodávku materiálů pro vklad v termínu a na místo dle dispozic redakce.

Standardní vklad je alikvotně do 8 listů gramáže 120 g nebo jedno CD v papírovém přebalu. Tiskoviny a předměty pro vklad nesmí včetně případného obalu přesahovat formát časopisu (A4).

PETROLmedia, 5. 1. 2010