



Reklama w duńskiej darmowej gazecie polonijnej Polonia.dk

Częstotliwość wydania: miesięcznik

Rok założenia: 1998/2010 wydanie internetowe/gazetowe

Średni nakład: 2 500 egz.

Profil pisma: informacyjny, społeczno-kulturalny, polityczny, równoważący wiadomości ze świata z tematyką i problemami Polonii w Danii.

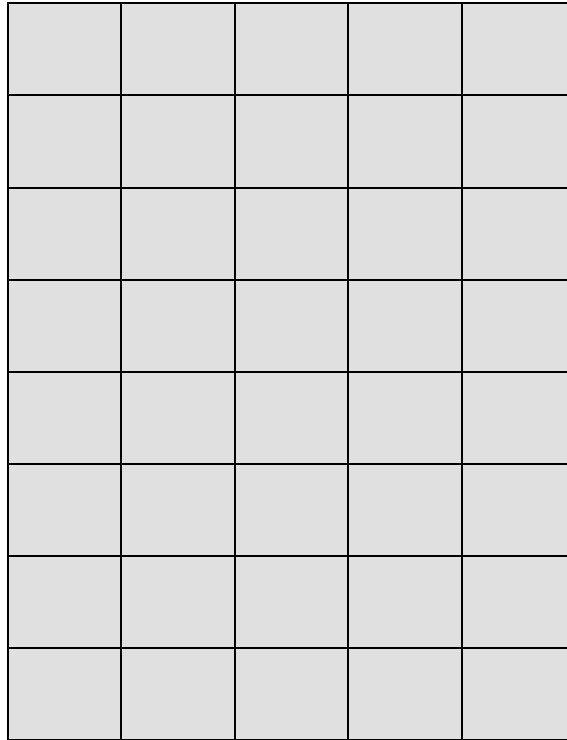
Zasięg: Królestwo Danii, główne ośrodki polonijne – Kopenhaga, Odense, Aarhus, Aalborg, Kolding.

Internet: www.polonia.dk

Cenny w kolorze, netto w DKK, należy doliczyć 25% podatku moms (VAT),
obowiązują od 28.08.2010

Siatka modułowa

Jeden moduł: 39,5x34,5 mm **Na stronie:** 5x8 = 40 modułów



Strony - pierwsza i ostatnia (z ograniczeniami).

1 modułu 39,5x34,5 mm	240,00 DKK
2 moduły 79x34,5 mm lub 39,5x69 mm	520,00 DKK
Każdy następny moduł	220,00 DKK

Strony wewnętrzne.

1 moduł 39,5x34,5 mm	160,00 DKK
2 moduły 79x34,5 mm lub 39,5x69 mm	380,00 DKK
Każdy następny moduł	140,00 DKK

Inne

Insert/ materiały dostarczone przez klienta	
format max. A4, za sztukę	3,00 DKK
Ogłoszenia drobne prywatne	0,00 DKK
(max. 3 linie, do 22 znaków w linii)	
każda następna linia	60,00 DKK
Ogłoszenia drobne komercyjne w ramce	60,00 DKK
(max. 3 linie, do 22 znaków w linii)	
każda następna linia	50,00 DKK

Dopłaty

Dopłata za wybór miejsca	15%
Reklama konsekwentna	15%
Reklama kontekstowa	10%
Advertorial/artykuł sponsorowany	5%
<u>Ogłoszenia drobne komercyjne:</u>	
Pierwsze miejsce w podrubryce	300%
Drugie miejsce w podrubryce	200%
Trzecie miejsce w podrubryce	150%
Czwarte miejsce w podrubryce	100%

Rabaty

Przy opłacie powyżej 10 tyś. DDK	10%
Przy opłacie powyżej 20 tyś. DDK	15%
Przy jednoczesnym zamówieniu w wersji on-line	25%

I. Gotowe reklamy do druku powinny być:

1. Przygotowane na wymiar zgodny z modułami konkretnego produktu.
2. Zapisane jako **TIFF** lub **EPS** z zachowaniem:
 - rozdzielczość 300 dpi
 - kolor w standardzie CMYK
 - fonty zamienione na krzywe i osadzone wszystkie elementy wymagane do druku
 - w nazwach plików nie powinno być znaków diakrytycznych (narodowych).
3. Dostarczanie reklam do przysyłania reklam w formie elektronicznej służy wyłącznie poczta elektroniczna e-mail.
 - informacje techniczne pod numerem tel.
 - opis materiałów – musi zawierać datę emisji i wszelkie dodatkowe informacje o sposobie zamieszczenia reklamy.
 - reklamacje emisji reklamy, do których nie został dołączony wydruk lub plik poglądowy nie będą uwzględniane.
4. Stopień pisma w reklamach:
 - 1-elementowy w jednym kolorze nie mniejszy niż 6 pt
 - 2-elementowy w jednym kolorze nie mniejszy niż 8 pt
 - 1-elementowy w dwóch i więcej kolorach nie mniejszy niż 9 pt,
 - dwuelementowy nie mniejszy niż 11 pt
 - w kontrach powinien być użyty font pogrubiony nie mniejszy niż 9 pkt (1-elementowy) i 11 pkt (2-elementowy)
 - teksty czarne w drukach kolorowych muszą się składać z jednej składowej CMYK-Black

Optymalna czerń w czcionkach powyżej 18 pt lub w dużych elementach graficznych powyżej 0,5 cm kw. - C – 60%, M – 30%, B – 100%

W przypadku pisma w kontrze prosimy nie stosować cienkich czcionek typu light – najlepiej użyć czcionki półgrubej (bold). Bezpiecznie jest nie używać niewielkich liter lub cienkich linii w kontrze na wielobarwnym tle.

W przypadku jednokanałowego koloru czarnego (K), tam, gdzie to możliwe, zalecamy stosowanie funkcji overprint w przypadku materiałów wektorowych, layer multiply w przypadku materiałów rastrowych oraz zalewek. W związku z częstymi problemami z przejściami tonalnymi w dokumentach generowanych przez CorelDRAW, lepiej jest zamienić takie elementy na bitmapy.

Cienkie linie lub inne podobne elementy graficzne (poniżej 0,8 pkt) powinny być wykonane w jednym kolorze oraz krojem jednoelementowym

Szczególnie częstym błędem jest przysyłanie materiałów z kolorem czarnym składającym się z kolorów z całej palety CMYK (co zwykle wynika z prostej konwersji RGB na CMYK).

5. Maksymalny punkt rastrowy 85% (CMYK) i 90% w druku jednobarwnym (w przypadku czerni 90%K i 40%C)
6. Maksymalna suma składowych CMYK (Total Ink Limit) dla papieru gazetowego nie może przekraczać 240%.
7. Reklamy powyżej 20 MB powinny być spakowane w plikach z rozszerzeniem .RAR, .ZIP. Maksymalna wielkość pliku - 50 MB.

II. Materiały do przygotowania w AR powinny spełniać następujące warunki:

1. Tekst do wpisania, czuły lub rękopis lub wydruk plik

tekstowy zapisany jako: txt.

2. Elementy graficzne oryginalne. Fotografie czarno-białe i kolorowe na papierze gładkim błyszczącym do formatu A4. Zdjęcia przesyłane elektronicznie w rozdzielczości min. 300 dpi, format EPS lub TIFF. Znaki graficzne - (LOGO, mapa, plan, schemat itp.) - w plikach wektorowych.
3. Szkic - wzór, jeśli klient ma konkretne wymagania
4. Nie przyjmujemy:
 - zdjęć rastrowanych, powielanych, kopiowanych
 - fotografii o niskiej rozdzielczości (np. z Internetu)• rysunków przysyłanych faksem
 - prac przygotowanych w programach: WORD, EXCEL, POWER POINT.

Materiały dostarczane do studia graficznego powinny być nazwane w następujący sposób:

NAZWA KLIENTA_FORMAT_DATA PIERWSZEJ EMISJI

Przysłanie materiałów ogłoszeniowych jest równoznaczne z oświadczeniem Klienta o posiadaniu do dostarczonych materiałów praw autorskich w rozumieniu ustawy RP z dn. 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Przypominamy, że prawa autorskie do graficznego opracowania reklamy przysługują wydawcy i każde wykorzystanie tego opracowania wymaga jego zgody.

W przypadku niespełnienia przez dostarczane materiały powyższych wymagań technicznych, reklamacje dotyczące jakości wydruku nie będą uwzględniane.

Zasady zamieszczania ogłoszeń drobnych prywatnych i komercyjnych w gazecie „Polonia.dk”

Rozdział I.

WARUNKI REALIZACJI ZLECEŃ

Warunki szczególne realizacji zleceń na zamieszczanie ogłoszeń drobnych:

1. Podstawą wyceny ogłoszenia drobnego jest aktualny cennik.
2. Numery telefonów w treści ogłoszenia muszą być podawane według następującego schematu:
+xx xxxxxxxxxxxx,
3. Ogłoszenia powinny być pisane w języku polskim, z zachowaniem norm ortograficznych, składniowych i słowotwórczych zawartych w Słowniku Współczesnego Języka Polskiego, Słowniku Ortograficznym czy w Słowniku Poprawnej Polszczyzny. Ogłoszenia w języku duńskim lub angielskim są dozwolone.
4. Zlecenie ogłoszenia drobnego do innej rubryki lub podrubryki niż to wynika z treści powoduje wzrost ceny o 100% z zastrzeżeniem postanowienia pkt 8 poniżej. Dla ogłoszeń prywatnych zamianę na kategorie komercyjne.
5. Ogłoszenia towarzyskie mogą być zlecane wyłącznie do rubryki „Towarzyskie”.
6. Wydawca nie zapewnia w ogłoszeniach drobnych stałego układu graficznego.
7. Ogłoszenia drobne ukazują się w odpowiednich rubrykach i podrubrykach według obowiązującej klasyfikacji zgodnie z określonymi w Rozdziale II zasadami ukazywania się ogłoszeń drobnych.
8. Polonia.dk zastrzega sobie prawo do ostatecznego sklasyfikowania ogłoszenia.
9. Polonia.dk zastrzega sobie prawo odmowy druku ogłoszenia bez podania przyczyny.

Rozdział II.

ZASADY UKAZYWANIA SIĘ OGŁOSZEŃ

1. Ogłoszenia drobne ukazują się w podrubrykachw kolejności daty dodania.
2. Kolejności, nie podlega do 4 pierwszych ogłoszeń komercyjnych ukazujących się w każdej podrubryce.
3. Za pierwsze 4 ogłoszenia w każdej podrubryce, nie podlegających sortowaniu daty dodania, doliczane są następujące dopłaty do ceny ogłoszenia:
 - I miejsce – 300% dopłaty
 - II miejsce – 200% dopłaty
 - III miejsce – 150% dopłaty
 - IV miejsce – 100% dopłaty
4. Tekst ogłoszenia nie może być poprzedzony znakami typu: wykrzyknik, cudzysłów, nawias, zbitkami liter (np. aaa) itp.
5. Nr telefonu lub adres mail wpisywane są w szablon i podawane wg. określonego w Regulaminie schematu.
6. Ogłoszenia drobne publikowane w Polonia.dk w rubrykach „kupię”, muszą rozpoczynać się od słów. Niedozwolone jest przyjmowanie ogłoszeń drobnych rozpoczynających się od cyfr.
7. Wyjątkiem są cyfry oznaczające nazwę własną modelu poszczególnych produktów, w tym marek samochodów np. 126p (Fiat), 405 (Peugeot), 340 (Volvo), które można publikować na początku ogłoszenia
8. W Moto wymagane jest podanie marki, modelu, państwa gdzie pojazd jest zarejestrowany. Treść ogłoszenia nie może składać się z samych skrótów, musi być jasna i czytelna, zgodna z zasadami pisowni języka polskiego.

Rozdział III.

ZASADY PRAWNE DOTYCZĄCE PRZYJMOWANIA OGŁOSZEŃ

1. Zakazane jest zamieszczanie ogłoszeń:

- a) naruszających dobra osobiste chronione prawem cywilnym w tym: cześć, prywatność, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnicę korespondencji, pamięć bliskiej osoby zmarłej, poczucie przynależności do określonej płci,
 - b) naruszających przepisy ustawy o prawie autorskim; treści naruszającej obyczaj (w tym godność człowieka), uczucia religijne, przekonania polityczne, zawierające elementy: dyskryminacji rasowej, oszczercze, godzące w dobre imię osoby lub firmy.
 - c) zwodniczych, oszukańczych, nieprawdziwych, np. ogłoszeń nakłaniających do udziału w grach towarzyskich typu „łańcuszek szczęścia” lub anonimowych ogłoszeń obiecujących znaczne profity,
 - d) dotyczących ściągania długów, należności i wiarygodności, jeżeli firma nie legitymuje się zezwoleniem na prowadzenie tego rodzaju działalności,
 - e) środków odurzających i psychotropowych,
 - f) gier cylindrycznych, gier w karty: Black Jack, poker, bakarat, gier w automatach losowych, totalizatorów i zakładów bukmacherskich,
 - g) reklam produktów leczniczych
 - h) dotyczących działalności nielegalnej, której prowadzenie jest prawem zabronione.
2. Lekarze wykonujący indywidualną praktykę lekarską lub indywidualną specjalistyczną praktykę lekarską oraz grupową praktykę lekarską mogą podawać do publicznej wiadomości informacje o udzielanych świadczeniach zdrowotnych. Treść i forma tych informacji nie mogą mieć cech reklamy. Zlecenie takiego ogłoszenia wymaga imiennego potwierdzenia lekarza składającego zlecenie wraz z numerem licencji lub pieczęcią.
 3. Wydawca zastrzega sobie prawo niezamieszczania publikacji materiałów promujących media konkurencyjne.
 4. Polonia.dk zastrzega sobie prawo kasowania ogłoszenia, bądź wstrzymania dalszej jego publikacji bez podania przyczyny.
 5. Polonia.dk lub agent przyjmujący ogłoszenie ma prawo sklasyfikowania ogłoszenia na prywatne lub komercyjne/firmowe.

Rozdział IV.

POSTANOWIENIA RÓŻNE

1. Ogłoszenia dotyczące zatrudnienia muszą zawierać nazwę poszukiwanego stanowiska lub zawodu. Jeżeli Zlecający nie może sprecyzować stanowiska - interesuje go każdy rodzaj pracy – należy w ogłoszeniu napisać „podejmę każdą pracę oprócz usług towarzyskich”.
2. Ogłoszeniodawcą może być agencja towarzyska lub osoba fizyczna pisząca ogłoszenie we własnym imieniu po zweryfikowaniu ogłoszenia przez redakcję.
3. W ogłoszeniu musi znajdować się numer kontaktowy lub/i adres mail ogłoszeniodawcy.
4. W przypadku ogłoszeń, w których podany jest telefon kontaktowy, konieczne jest wskazanie kraju, przez podanie numeru kierunkowego według w/w schematu.
5. Odpowiedzi na oferty mogą być kierowane tylko do Zlecającego.

Rozdział V.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Redakcja zastrzega sobie prawo kasowania lub niepublikowania zamieszczonych ogłoszeń w przypadku niezastosowania się do niniejszego regulaminu, bez zwrotu kosztów poniesionych przez ogłoszeniodawcę.
2. Niniejsze zasady szczególnie zamieszczania ogłoszeń drobnych obowiązują od dnia 20.08.2010