

Spis treści

[Kliknij w opis, aby przejść do żądanej strony](#)

**Strony białe Dziennik Gazeta Prawna
i żółte Gazeta Prawna**

str. 2

**Siatka modułowa powierzchni reklamowych
w DGP Magazyn na weekend**

str. 3

**Siatka modułowa komunikatów i ogłoszeń
w DGP Magazyn na weekend**

str. 4

Ogłoszenia

str. 5

Komunikaty

str. 5

Nekrologi i kondolencje

str. 5

Ogłoszenia sądowe

str. 5

Dopłaty

str. 5

**Dodatki – aglomeracja warszawska
(strony redakcyjne i ogłoszeniowe,
mutacje – tylko grzbiet biały)**

str. 6

Prawnik

str. 6

Tygodniki pierwszej linii

str. 6

Dodatki otwarte

str. 6

**Powierzchnie reklamowe mutowane
regionalnie w grzbiecie głównym
Dziennika Gazety Prawnej**

str. 7

**Wyspa – strony białe
(reklama obłana materiałami redakcyjnymi)**

str. 8

**Wyspa – strony żółte
(reklama obłana materiałami redakcyjnymi)**

str. 8

Inserty

str. 8

Niestandardowe formy reklamy

str. 8

**Siatka modułowa Dziennika Gazety Prawnej
i dodatków gazetowych**

str. 9

Wydanie specjalne DGP

str. 10

Owiewka

str. 11

Skrzydełko

str. 11

**Specyfikacja techniczna przygotowania
materiałów do druku do Dziennika Gazety
Prawnej i dodatków gazetowych**

str. 12

**Warunki ogólne zamieszczania reklam
w Dzienniku Gazecie Prawnej
i dodatkach do Dziennika Gazety Prawnej,
wydawanych przez INFOR PL S.A.
z siedzibą w Warszawie (01-066)
przy ul. Burakowskiej 14.**

str. 13

Ogólne Warunki Organizacji Eventów

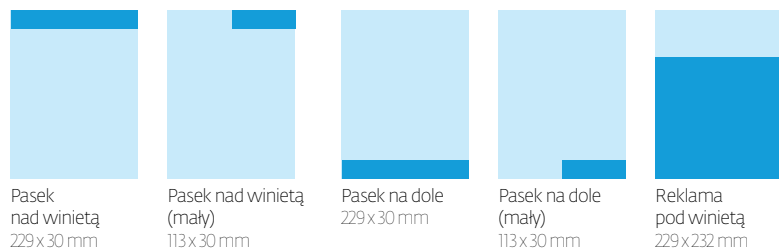
str. 14



Strony białe Dziennik Gazeta Prawna i żółte Gazeta Prawna

Umiejscowienie reklamy	Formaty	Rozmiar (w mm)	Poniedziałek – czwartek
Strona 1	Pasek nad winietą	229 x 30	149 500
	Mały pasek nad winietą	113 x 30	82 225
	Pasek na dole	229 x 30	138 000
	Mały pasek na dole	113 x 30	75 900
	Reklama pod winietą	229 x 232	632 500
Strona 3 (min. 12 modułów)	Full page	229 x 330	249 550
	Junior page	190 x 205	165 336
	1/2 strony	229 x 163	149 730
Strona 5 (min. 12 modułów)	Full page	229 x 330	225 791
	Junior page	190 x 205	149 581
	1/2 strony	229 x 163	135 470
Strona 7	Full page	229 x 330	190 130
	Junior page	190 x 205	125 960
	1/2 strony	229 x 163	114 080
Pozostałe strony	Full page	229 x 330	138 641
	Junior page	190 x 205	91 850
	1/2 strony	229 x 163	88 973
	1 moduł	35 x 38	3 707
Ostatnia strona	Full page	229 x 330	178 253
Logo w paginie	logo	-	22 425

Formaty na okładce w wydaniach ogólnopolskich



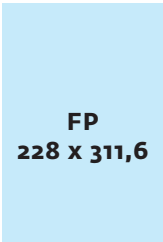
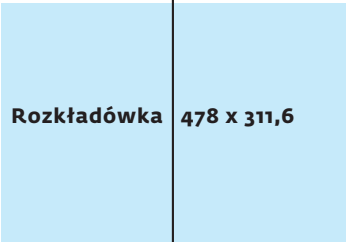
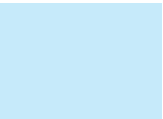
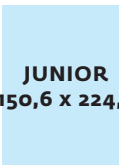
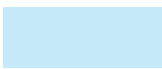
Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5



Ceny w DGP Magazyn na weekend

Umieszczenie reklamy	Formaty	Rozmiar (w mm)	Piątek
Strona 1	Moduł na dole	67x41,8	118 105
	Pasek na dole	228x26,6	150 427
Strona 3	Cała strona	228x311,6	301 093
Strona 5	Junior page	150,6 x 224,2	184 069
	Cała strona	228x311,6	272 412
	1/2 strony poziom	228x152	176 698
7 strona	Junior page	150,6 x 224,2	162 085
	Cała strona	228x311,6	231 550
	1/2 strony poziom	228x152	157 454
Pozostałe strony	Junior page	150,6 x 224,2	120 557
	Cała strona	228x311,6	167 273
	1/2 poziom	228x152	115 735
	1/2 pion	112x311,6	115 735
	1/4 strony poziom	228x72,2	57 864
	1/8 strony poziom	112x72,2	28 932
Ostatnia strona	Cała strona	228x311,6	215 065

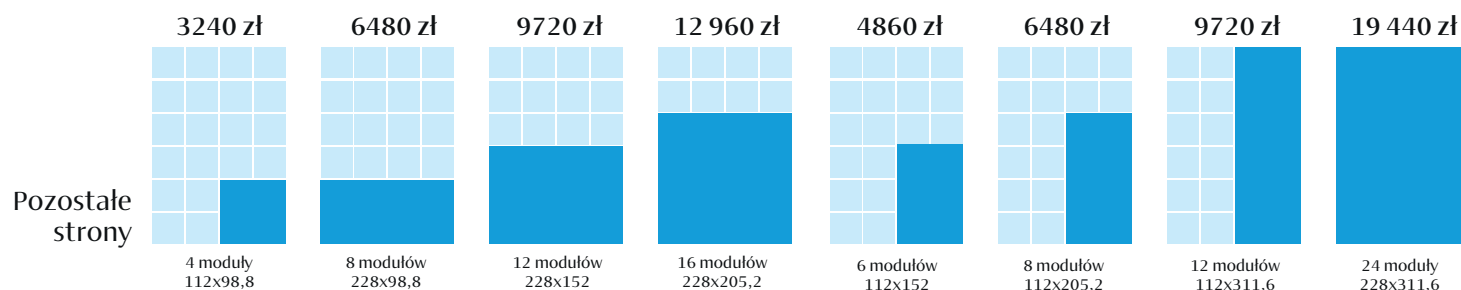
Siatka modułowa powierzchni reklamowych w DGP Magazyn na weekend

pasek na jedynce na dole 228 x 26,6 	moduł na jedynce na dole 67 x 41,8 	FP 228 x 311,6 	Rozkładówka 478 x 311,6 	1/2 strony poziom 228 x 152 	
Rozkładówka 1/2 strony 478 x 152 	JUNIOR 150,6 x 224,2 	1/4 strony 228 x 72,2 	1/2 strony pion 112 x 311,6 	1/8 strony 112 x 72,2 	Cykl tekstowy 

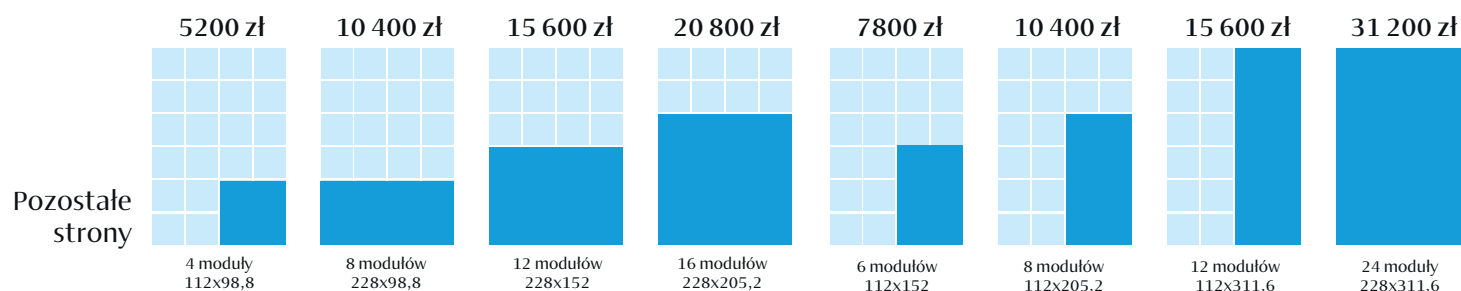
Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5



Siatka modułowa oraz ceny komunikatów w DGP Magazyn na weekend



Siatka modułowa oraz ceny ogłoszeń w DGP Magazyn na weekend



Ceny komunikatów i ogłoszeń w DGP Magazyn na weekend

- Komunikaty (na 1 stronę składają się 24 moduły)
Cena 1 modułu (54x47,5) 810 PLN
- Ogłoszenia (na 1 stronę składają się 24 moduły)
Cena 1 modułu (54x47,5) 1300 PLN

Minimalna wielkość komunikatu i ogłoszenia to **112 x 98,8 mm**

Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5

Ogłoszenia

Umiejscowienie reklamy	Formaty	Rozmiar (w mm)	Cena
Strony redakcyjne	Full page	229 x 330	27 425
	1 moduł	35 x 38	680

Za ogłoszenie może być uznana publikacja treści zgłoszonych przez firmy prywatne ogłaszające konkursy, przetargi lub informacje o sprzedaży akcji, także prospekty emisyjne oraz ogłoszenia obligatoryjne. Za ogłoszenie uznaje się też treści rekrutacyjne zamieszczane przez ministerstwa, prokuratury i sądy.

Ogłoszenia tylko w eDGP

Formaty	Rozmiar (w mm)	Cena
Full page	229 x 330	17 550
6x4	229 x 163	10 425
1 moduł	35 x 38	435

Najmniejszy dostępny format: 12 modułów (3x4 lub 4x3)

Komunikaty

Umiejscowienie reklamy	Formaty	Rozmiar (w mm)	Cena
Strony redakcyjne	Full page	229 x 330	16 425
	1 moduł	35 x 38	404

Za komunikat może być uznane ogłoszenie zamieszczone przez wszystkie urzędy administracji państwowej i samorządowej oraz: urzędy skarbowe, ZUS, urzędy celne, ZOZ, prokuratury, wszystkie ogłoszenia zamieszczane przez syndyków, komorników i likwidatorów oraz ogłoszenia innych podmiotów, będące komunikatami o: przetargach, likwidacjach, postępowaniach ugodowych.

Komunikaty tylko w eDGP

Formaty	Rozmiar (w mm)	Cena
Full page	229 x 330	11 885
6x4	229 x 163	7005
1 moduł	35 x 38	292

Najmniejszy dostępny format: 12 modułów (3x4 lub 4x3)

Nekrologi i kondolencje

Strona 2 i 3			Strony redakcyjne			
Instytucje i osoby fizyczne						
Format	Rozmiar (w mm)	Cena	Format	Rozmiar (w mm)	Cena instytucje	Cena osoby fizyczne
2 x 1	74 x 38	7 033	2 x 1	74 x 38	1 777	501
3 x 1	113 x 38	10 546	3 x 1	113 x 38	2 668	639
2 x 2	74 x 80	14 088	2 x 2	74 x 80	3 554	782
2 x 3	74 x 121	17 595	2 x 3	74 x 121	5 336	1 070
3 x 2	113 x 80	17 595	3 x 2	113 x 80	5 336	1 070
2 x 4	74 x 163	21 097	2 x 4	74 x 163	7 107	1 375
4 x 2	152 x 80	21 097	4 x 2	152 x 80	7 107	1 375
3 x 3	113 x 121	31 683	3 x 3	113 x 121	7 993	1 645
3 x 4	113 x 163	42 205	3 x 4	113 x 163	10 661	1 944
4 x 3	152 x 121	42 205	4 x 3	152 x 121	10 661	1 944

Reklama tylko w eDGP

Formaty	Rozmiar (w mm)	Cena
Full page	229 x 330	69 288
6x4	229 x 163	43 700
1 moduł	35 x 38	2530

Najmniejszy dostępny format:
24 moduły (6x4 lub 3x8)

Ogłoszenia sądowe

- Cena za linijkę – 55 zł

Dopłaty

Rodzaj	Wysokość dopłaty
Wyłączność na stronie	50%
Wybór miejsca na stronie	40%
Wybór strony (nie dotyczy stron 3,5,7)	40%
Reklama kontekstowa	50%
Przygotowanie ogłoszenia/komunikatu	5%
Przygotowanie reklamy/prezentacji	20%

ceny netto, należy doliczyć 23% VAT

Rodzaj	Wysokość dopłaty
Za kolor (dotyczy ogłoszeń i komunikatów)	20%
reklamy konsekwentne	40%
dopłata za każdego kolejnego reklamodawcę	15%
format niestandardowy	50%
wyłączność branżowa w wybranym wydaniu gazety	100%

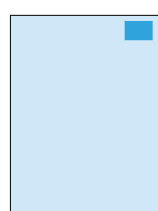
Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%



Dodatki – aglomeracja warszawska (strony redakcyjne i ogłoszeniowe, mutacje – tylko grzbiet biały)

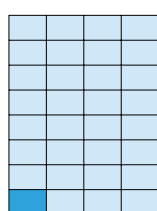
Umiejscowienie reklamy	Formaty	Rozmiar (w mm)	Poniedziałek-Piątek
Strona 1	Logo przy winiecie	-	6728
	Pasek na dole	229 x 24,5	9083
Pozostałe strony redakcyjne	Full page	229 x 330	37 375
	Junior page	190 x 205	22 425
	1/2 strony	229 x 163	20 930
	1/4 strony	113 x 163	11 213
	1 moduł	35 x 38	897

Prawnik*



Moduł przy winiecie

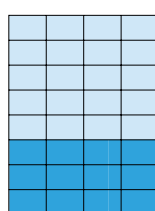
Cena: 7774



1x1 (1 moduł)

55x38 mm

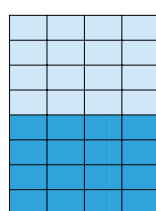
Cena: 1122



4x3 (12 modułów)

229x121 mm

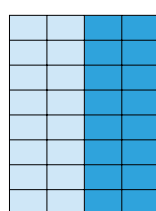
Cena: 13 455



4x4 (16 modułów)

229x163 mm

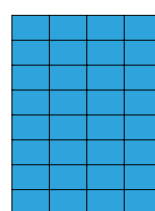
Cena: 17 940



2x8 (16 modułów)

113x330

Cena: 17 940



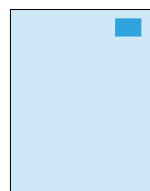
4 x 8 (32 moduły)

229 x 330 mm

Cena: 32 816

• Partner cyklu – 22 750 PLN

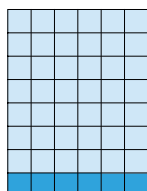
Tygodniki pierwszej linii*



Moduł przy winiecie

44x28 mm

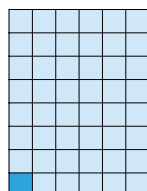
Cena: 5083



6x1

6 modułów

229x38 mm

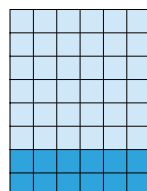
strona pierwsza
Cena: 15 399strony pozostałe
Cena: 7700

1x1

1 moduł

35x38 mm

Cena: 1283

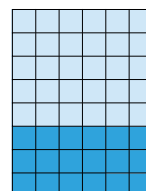


6x2

12 modułów

229x80 mm

Cena: 15 399

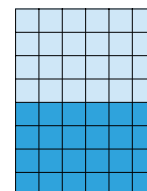


6x3

18 modułów

229x121 mm

Cena: 23 098

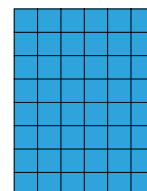


6x4

24 modułów

229x163 mm

Cena: 30 797



6x8

48 modułów

229 x 330 mm

Cena: 51 578

* Poniedziałek – Księgowość i podatki, Wtorek – Firma i prawo + Nowe prawo – przepisy i praktyka, Prawnik,
Środa – Samorząd i Administracja, Czwartek – Kadry i płace

Dodatki otwarte

Umiejscowienie reklamy	Formaty	Rozmiar (w mm)	Cena
Okladka	Logo przy winiecie	-	11 960
Pozostałe strony redakcyjne	1 moduł	35 x 38	3707
	Full page	229 x 330	138 641
	Junior page	190 x 205	91 850
	1/2 strony	229 x 163	88 973
	1/4 strony	113 x 163	44 487

Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5. * cena nie podlega rabatowaniu



Powierzchnie reklamowe mutowane regionalnie w grzbiecie głównym Dziennika Gazety Prawnej

Poniedziałek-Piątek

Format	Rozmiar (w mm)	Pojedyncze województwo*	Aglomeracja warszawska	Obszary   
1/2 strony	229 x 163	7535	19 734	29 781
Cała strona	229 x 330	11 617	30 424	45 912

*oprócz województwa mazowieckiego

*dostępne wielkości powierzchni mutowanej - 6x4 oraz 6x8

- Mutacje sprzedawane są bez wyboru konkretnej strony
- Możliwość dokonania mutacji jest każdorazowo potwierdzana przy rezerwacji
- Zlecenie lub odwołanie mutacji musi być potwierdzone na min. 3 dni robocze przed datą emisji do godz. 15.00
- W danym wydaniu mutujemy maksymalnie 1 stronę
- Dostarczenie materiału na mutację: 2 dni robocze przed datą emisji

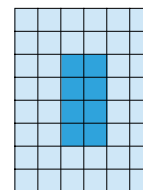
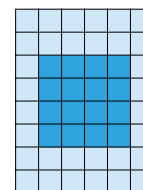


Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5

Reklamy specjalne

Wyspa – strony białe Dziennik Gazeta Prawna i Gazeta Prawna (reklama obłana materiałami redakcyjnymi)

Umieszczenie reklamy	Formaty	Rozmiar (w mm)	Poniedziałek – piątek
Strona 3	Wyspa duża	152 x 163	136 344
Strona 5	Wyspa duża	152 x 163	121 992
Pozostałe strony redakcyjne	Wyspa mała	74 x 163	34 445
	Wyspa duża	152 x 163	68 890

Wyspa mała
– 8 modułów
74x163Wyspa duża
– 16 modułów
152x163**Inserty**

Insert maszynowy (format maks. A4, waga do 30 g)		Insert ręczny (wymaga sprawdzenia możliwości insertowania w drukarni)	
– poniedziałek – piątek	– 0,43 zł	– poniedziałek – piątek	– 0,49 zł

Insert każdorazowo wymaga sprawdzenia wyceny u wydawcy.

Niestandardowe formy reklamy

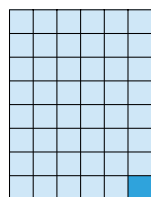
- Memo-stick, wklejka, owiewka, banderola, itp.

Niestandardowe formy każdorazowo wymagają sprawdzenia wyceny oraz dostępności u wydawcy.

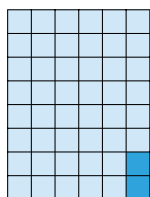
Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5



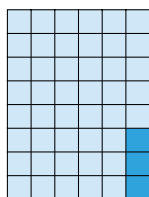
Siatka modułowa Dziennika Gazety Prawnej i dodatków gazetowych



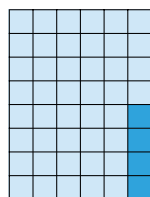
1x1
1 moduł
35 x 38 mm



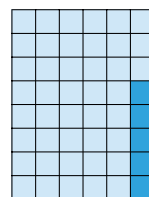
1x2
2 moduły
35 x 80 mm



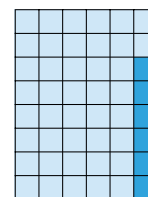
1x3
3 moduły
35 x 121 mm



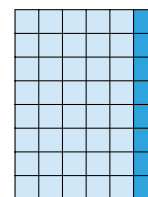
1x4
4 moduły
35 x 163 mm



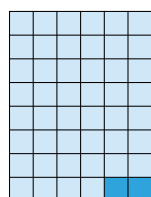
1x5
5 modułów
35 x 205 mm



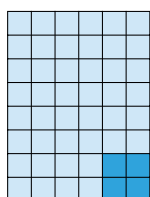
1x6
6 modułów
35 x 247 mm



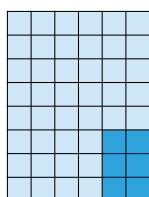
1x8
8 modułów
35 x 330 mm



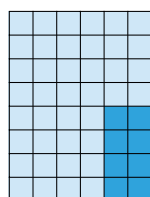
2x1
2 moduły
74 x 38 mm



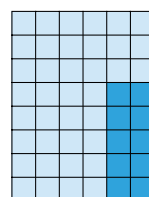
2x2
4 moduły
74 x 80 mm



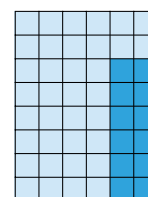
2x3
6 modułów
74 x 121 mm



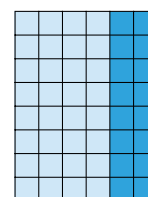
2x4
8 modułów
74 x 163 mm



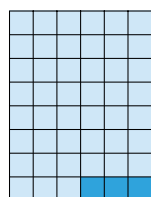
2x5
10 modułów
74 x 205 mm



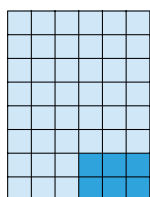
2x6
12 modułów
74 x 247 mm



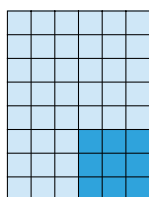
2x8
16 modułów
74 x 330 mm



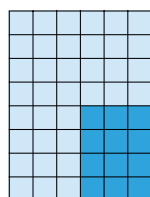
3x1
3 moduły
113 x 38 mm



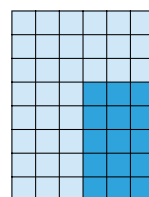
3x2
6 modułów
113 x 80 mm



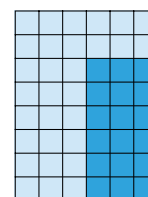
3x3
9 modułów
113 x 121 mm



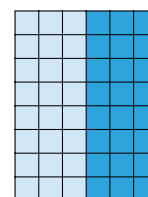
3x4
12 modułów
113 x 163 mm



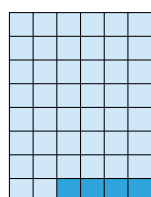
3x5
15 modułów
113 x 205 mm



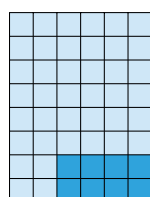
3x6
18 modułów
113 x 247 mm



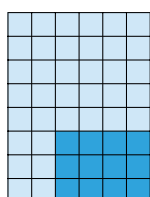
3x8
24 moduły
113 x 330 mm



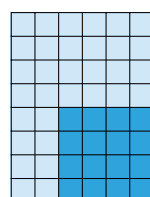
4x1
4 moduły
152 x 38 mm



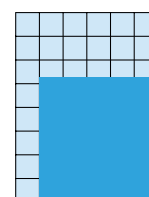
4x2
8 modułów
152 x 80 mm



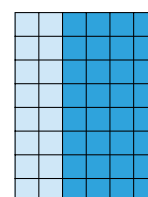
4x3
12 modułów
152 x 121 mm



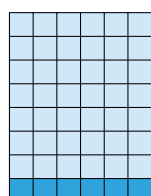
4x4
16 modułów
152 x 163 mm



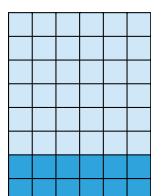
Junior Page
190 x 205 mm



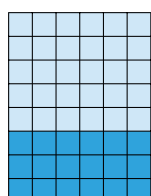
4x8
32 moduły
152 x 330 mm



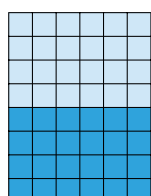
6x1
6 modułów
229 x 38 mm



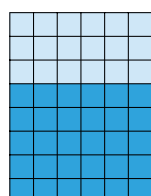
6x2
12 modułów
229 x 80 mm



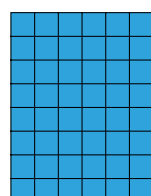
6x3
18 modułów
229 x 121 mm



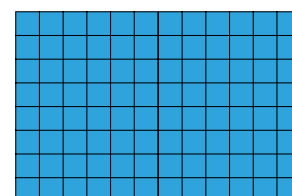
6x4
24 moduły
229 x 163 mm



6x5
30 modułów
229 x 205 mm



6x8
48 modułów
229 x 330 mm



Rozkładówka
478 x 330 mm

Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5



Wydanie specjalne LWC Dziennika Gazety Prawnej

Strony
środkowe

167 325 zł



cała strona
kolumna na spad
po obcięciu:
200 x 290
przed obcięciem:
210 x 300

370 760 zł



rozkładówka pierwsza
po obcięciu: 400 x 290,
przed obcięciem: 410 x 300

Strony
środkowe
premium

301 300 zł



3 strona

272 550 zł



5 strona

230 000 zł



7 strona

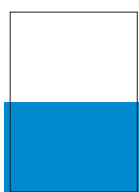
178 250 zł



9 strona

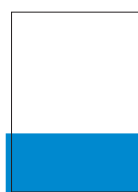
cała strona kolumna na spad
po obcięciu: 200 x 290
przed obcięciem: 210 x 300

116 150 zł



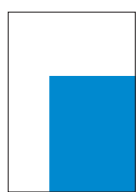
1/2 strony
po obcięciu
200 x 139
przed obcięciem:
210 x 149

87 400 zł



1/3 strony
po obcięciu
200 x 98
przed obcięciem:
210 x 108

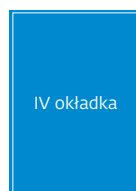
120 750 zł



Junior Page
po obcięciu
120 x 220
przed obcięciem:
130 x 230

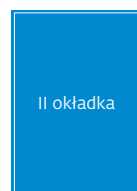
Okładki

215 280 zł



IV okładka

194 350 zł



II okładka

182 390 zł



III okładka

cała strona kolumna na spad
po obcięciu: 200 x 290
przed obcięciem: 210 x 300

Specyfikacja techniczna przygotowania materiałów do druku w dodatkach LWC

- akceptowane formaty plików: PDF, EPS, TIFF.
- pliki muszą być zapisane w postaci kompozytowej i posiadać overprint black (nadrukowany czarny)
- maksymalny stopień krycia – suma farb (total ink) na poziomie nieprzekraczającym 260% środki, 280% okładki
- prace muszą być przygotowane w CMYK
- kolor biały nie może być kolorem dodatkowym (SPOT) i zawierać atrybutu nadruku
- pliki nie mogą zawierać profili ICC (zawarte profile są pomijane w procesie produkcji) ani być tworzone z użyciem OPI
- zdjęcia muszą posiadać rozdzielczość minimum 250 dpi
- minimalny stopień pisma:
 - a. składającego się z jednego koloru – 6 pkt. (jednoelementowego), 7 pkt. (dwuelementowego)
 - b. składającego się z dwóch kolorów – 8 pkt. (jednoelementowego), 10 pkt. (dwuelementowego), należy unikać stosowania napisów składających się z więcej niż z 2 kolorów
 - c. teksty w kontrze – 10 pkt. tylko w odmianach pogrubionych
- minimalna grubość linii:
 - a. składającej się z jednego koloru – 0,2 pkt.
 - b. składającej się z dwóch kolorów lub w kontrze – 1 pkt, należy unikać stosowania linii składających się z więcej niż z 2 kolorów

Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5



Owiewka



Parametry:

- format: 1 strona 229 x 232 mm
3 strony 229 x 330 mm

Cena: wycena indywidualna

Skrzydełko



Parametry:

- format: 1 strona 229 x 232 mm
1 strona 229 x 330 mm

Cena: wycena indywidualna

Reklamy niestandardowe nie podlegają rabatowaniu.



Specyfikacja techniczna przygotowania materiałów do druku do Dziennika Gazety Prawnej i dodatków gazetowych

1. Materiały do druku na papierze gazetowym

Technika druku: Coldset

Przygotowanie bitmap:

- Rozdzielczość: 250 DPI
- Przestrzeń kolorów: CMYK (wszystkie kolory SPOT należy rozbarwić do CMYK), kolory RGB również zamienić na CMYK).
kolor biały nie może być kolorem dodatkowym (SPOT) i zawierać atrybutu nadruku
- Profil kolorystyczny: Eurostandard Newsprint
- Typ separacji: UCR Black limit: 90%
- Total ink limit: 240%
- Przyrost punktu rastrowego (dot gain): 30%

Akceptowane formaty plików:

PDF, JPG lub TIFF, EPS.

Pliki muszą być zapisane w postaci kompozytowej i posiadać overprint black (nadrukowany czarny)

Pliki muszą posiadać format netto bez spadów i bez paserów i muszą być dokładnie w formacie zamówionej reklamy

Pliki nie mogą zawierać profili ICC (zawarte profile są pomijane w procesie produkcji Dziennika Gazety Prawnej) ani być tworzone z użyciem OPI. Apli czarnej nie należy tworzyć tylko z jednego koloru, sugerowane dodawanie 30 % koloru niebieskiego

Minimalny stopień pisma:

- a. składającego się z jednego koloru - 6 pkt. (jednoelementowego), 8 pkt. (dwuelementowego)
- b. składającego się z dwóch kolorów 9 pkt. (jednoelementowego), 11 pkt. (dwuelementowego), należy unikać stosowania napisów składających się z więcej niż 2 kolorów
- c. teksty w kontrze - 12 pkt. tylko w odmianach pogrubionych

Minimalna grubość linii:

- a. składającej się z jednego koloru - 0,4 pkt.
- b. składającej się z dwóch kolorów lub w kontrze - 1,5 pkt., należy unikać stosowania linii składających się z więcej niż 2 kolorów

- wydrukowane ogłoszenie może różnić się kolorystycznie od dostarczonego cromalinu +/- 3%.

2. Normy druku Dziennika Gazeta Prawna (technologia cold-set)

A. Przesunięcie kolorów

Przy druku barwnym w technologii cold-set, przy maksymalnym zadrukowaniu wstęgi 4+4, tolerancja pasowania kolorów wynosi do 0,5 mm. Należy unikać składania napisów z kilku kolorów, z uwagi na duże problemy ze spasowaniem. W efekcie otrzymujemy często tekst rozmyty i nieczytelny. Należy stosować podlewki w celu uniknięcia prześwitywania podłoża przy różnicy w pasowaniu.

Różnice w przesunięciu (pasowaniu) kolorów biorą się z następujących powodów:

- każdy kolor drukowany jest z innego cylindra formowego - możliwe są więc pewne przesunięcia między czterema takimi cylindrami na maszynie (maksymalna tolerancja dokładności założenia 4 form CMYK tworzących obraz barwny wynosi 4x0,1 mm = 0,4 mm);
- papier jest mało stabilny wymiarowo, co znaczy, że pod wpływem wody rozszerza się wzdłuż oraz w poprzek kierunku drukowania. Drukując kolumnę kolorową papier pobiera cztery razy więcej wody niż przy druku czarno-białym, a więc efekt rozszerzania papieru jest zwiększony;
- ze względu na konstrukcję zamków trzymających formy drukowe niemożliwe jest rozciągnięcie lub przekoszenie płyt w celu korekty ich położenia, co może mieć miejsce na maszynach arkuszowych; mon-

taż diapozytywów w jedną formę kopiową oraz ich umieszczenie w kopioramie w trakcie naświetlania form drukowych też są obciążone pewnym błędem (możliwe są ich pewne przesunięcia względem formy na kołkach pasujących blachę do formy kopiowej).

Przyrost punktu

Przyrost punktu rastrowego w tonach średnich wynosi do 30 proc.

W trakcie druku następuje pewne powiększenie punktów rastrowych i jest ono największe dla rastra o pokryciu powierzchni 40-60 proc. Przyczyną powiększenia jest:

- ogromny nacisk na maszynie występujący w dwóch strefach:
 - a. pomiędzy formą drukową, a obciążeniem gumowym;
 - b. pomiędzy obciążeniem, a papierem.
- mocno rozwinięta struktura papieru - szczególnie gazetowego (bardzo szorstka powierzchnia, z dużą ilością porów i kapilar pomiędzy włóknami) powoduje wzmożone wnikanie oraz migrację farby w papierze. Szczególnie duże przyrosty punktu występują dla koloru „black” i „cyan” - należy więc unikać dużego udziału tych kolorów w budowaniu szczegółów w ciemnych partiach obrazu.

UWAGA! Cromalin reklamy stanowi podstawę do zgłoszenia reklamacji i musi być dostarczony najpóźniej do godziny 13.00, dzień przed emisją w DGP.

Do dodatku reklamowego cromalin należy dostarczyć dwa dni przed datą emisji.



Warunki ogólne zamieszczania reklam w Dzienniku Gazecie Prawnej i dodatkach do Dziennika Gazety Prawnej, wydawanych przez INFOR PL S.A. z siedzibą w Warszawie (01-066) przy ul. Burakowskiej 14.

Postanowienia ogólne

1. Niniejsze zasady określają warunki i zasady zamieszczania reklam w Dzienniku Gazecie Prawnej oraz w dodatkach do Dziennika Gazety Prawnej, zwanych w dalszej części czasopismami, których wydawcą jest INFOR PL S.A. z siedzibą w Warszawie, zwany dalej Zleceniobiorcą.
2. Zleceniodawcą w dalszej części Warunków nazywamy podmiot zlecający reklamę.
3. Podstawą zamieszczenia reklamy w czasopismach przez Zleceniobiorcę jest zlecenie reklamowe złożone przez Zleceniodawcę. Warunki zamieszczenia reklam określone są w zleceniach reklamowych oraz niniejszych ogólnych warunkach, zwanych dalej Warunkami.

Postanowienia szczegółowe

1. Złożenie zlecenia reklamowego jest równoznaczne z akceptacją niniejszych Warunków zamieszczania reklam w Dzienniku Gazecie Prawnej i dodatkach do Dziennika Gazety Prawnej (dostępnych na stronie internetowej www.gazetaprawna.pl)
2. Zlecenie reklamowe Zleceniodawca zobowiązuje się dostarczyć w formie pisemnej faksem (jako potwierdzenie wcześniejszej rezerwacji):
 - a) Do Dziennika Gazety Prawnej - najpóźniej na 4 dni robocze przed ukazaniem się numeru czasopisma
 - b) Do dodatku gazetowego do Dziennika Gazety Prawnej - najpóźniej na 9 dni przed ukazaniem się numeru w przypadku tygodników i najpóźniej 16 dni przed ukazaniem się numeru w przypadku dodatków nieregularnych
 - c) Do dodatku magazynowego (LWC) do Dziennika Gazety Prawnej - najpóźniej na 28 dni przed ukazaniem się numeru czasopisma
3. Materiały do ogłoszeń reklamowych Zleceniodawca zobowiązuje się dostarczyć:
 - a) Do Dziennika Gazety Prawnej - najpóźniej na 2 dni robocze przed ukazaniem się numeru czasopisma
 - b) Do dodatku gazetowego do Dziennika Gazety Prawnej - najpóźniej na 4 dni robocze przed ukazaniem się numeru czasopisma
 - c) Dla reklamowych materiałów tekstowych, wymagających dodatkowo zredagowania i złożenia, terminy dostarczenia wynoszą 6 dni roboczych.
 - d) Do dodatku magazynowego (LWC) do Dziennika Gazety Prawnej - najpóźniej na 14 dni przed ukazaniem się numeru czasopisma
 Terminy dostarczenia mogą ulec zmianie, jeśli obie strony tak ustaliły, ustalenia te jednak muszą mieć formę pisemną.
4. W przypadku nie dostarczenia materiałów do ogłoszeń reklamowych określonych w zleceniu w terminie wynikającym z punktu 1, przyjmuje się, że zlecenie zostało wykonane. W takim przypadku Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do zamieszczenia materiałów Zleceniodawcy będących w posiadaniu Zleceniobiorcy.
5. Zleceniobiorca rezerwuje sobie prawo powszechnie przyjętej tolerancji w kwestii odchyśleń koloru i jakości druku.
6. Niezależnie od treści zawartego zlecenia, Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy publikacji reklamy, jeżeli dostarczone materiały zdaniem Zleceniobiorcy nie spełniają parametrów technicznych stanowiących integralną część niniejszych Warunków.

7. Zleceniobiorca ma prawo odmówić publikacji ogłoszeń, reklam lub wkładki, jeżeli ich treść lub forma są sprzeczne z linią programową bądź charakterem czasopisma (art. 36 p.4 Prawa Prasowego) lub ze względu na niestosowny lub szkodliwy charakter materiałów reklamowych. Ponadto Zleceniodawca ma prawo odmówić publikacji reklamy jeżeli jest ona sprzeczna z prawem, narusza obowiązujące przepisy.
8. O odmowie publikacji reklamy Zleceniobiorca powiadomi pisemnie Zleceniodawcę, nie później niż 2 dni robocze od daty otrzymania zakwestionowanych materiałów.
9. Reklamacje dotyczące zamieszczanych reklam przyjmowane są w terminie siedmiu dni od daty ukazania się reklamy. Reklamacja powinna być złożona na piśmie, pod rygorem nieważności, wraz z numerem czasopisma, w którym się ukazała. Niedopełnienie warunków reklamacji lub niezachowanie ww. terminu do wniesienia reklamacji uprawnia Zleceniobiorcę do odmowy uznania reklamacji i żądania zapłaty za wykonaną usługę w całości.
10. Zleceniodawca może zrezygnować z publikacji zleconej wcześniej reklamy w czasopiśmie Zleceniobiorcy tylko w formie oświadczenia złożonego pisemnie, pod rygorem nieważności, skutecznie doręczonego Zleceniobiorcy za jego zwrotnym potwierdzeniem odbioru. Za dzień rezygnacji przyjmuje się dzień skutecznego doręczenia ww. oświadczenia do Zleceniobiorcy.
11. Rezygnacja ze zlecenia w terminie późniejszym niż:
 - a) 2 dni robocze przed emisją w Dzienniku Gazecie Prawnej
 - b) 7 dni roboczych przed emisją w dodatku gazetowym do Dziennika Gazety Prawnej
 - c) 15 dni roboczych w przypadku dodatku gazetowego do Dziennika Gazety Prawnej
 - c) 21 dni przed emisją w dodatku magazynowym do Dziennika Gazety Prawnej
 - d) po rozpoczęciu realizacji zlecenia niestandardowego (np. druk memosticka, banderoli, opracowanie broszury, książki, itp.) uprawnia Zleceniobiorcę do obciążenia Zleceniodawcy kwotą w wysokości 100% uzgodnionej należności za reklamę.
12. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczanych reklam. Zleceniodawca zobowiązany jest do naprawienia wszelkich ewentualnych szkód po stronie Zleceniobiorcy wynikłych w związku z treścią zamieszczonej reklamy.
13. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe na skutek zaistnienia okoliczności, na które nie miał on wpływu, tj. powstałych w szczególności w wyniku pożaru, powodzi, strajków, zamknięcia granic, itp., a które zakłócić mogą częściowo lub całkowicie produkcję lub dystrybucję czasopism.

Materiały oznaczane jako: artykuły sponsorowane, prezentacje, teksty promocyjne, reklama, materiały partnera, materiały na zlecenie, materiały powstałe przy współpracy z (...), subiektywnie, partner, organizator, nazwa wydarzenia (np. Perły Samorządu), partner wydania oraz inne o tożsamym charakterze stanowią materiały reklamowe w rozumieniu art. 36 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. prawo prasowe.

UWAGA! Cromalin reklamy stanowi podstawę do zgłoszenia reklamacji i musi być dostarczony dwa tygodnie przed datą emisji.



Ogólne warunki organizacji eventów

1. Niniejsze zasady określają warunki i zasady organizowania konferencji, debat, spotkań tematycznych (dalej, Eventów) w ramach współpracy z Dziennikiem Gazety Prawnej, którego wydawcą jest INFOR PL S.A. z siedzibą w Warszawie, przy ul. Burakowskiej 14 wpisanej do Rejestru Przedsiębiorców KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy pod nr 307225, NIP 527-25-75-823, (dalej, Zleceniobiorca).
 2. Podstawą realizacji Eventu przez Zleceniobiorcę jest złożenie zamówienia, (lub)/(i) zawarcia umowy przez Zleceniodawcę. Szczegółowe warunki realizacji Eventu określone są w zamówieniach składanych przez Zamawiającego, w umowie oraz niniejszych Ogólnych Warunkach Organizacji Eventów (dalej, Warunki).
 3. Zleceniodawcą w dalszej części niniejszych Warunków nazywany będzie podmiot zlecający zorganizowanie Eventu.
 4. Złożenie zamówienia jest równoznaczne z akceptacją niniejszych Warunków w ramach współpracy z Dziennikiem Gazety Prawnej (dalej, Gazetą).
 5. Zleceniodawca zobowiązuje się dostarczyć zamówienie w formie pisemnej faksem, lub mailowo (jako potwierdzenie wcześniejszej rezerwacji) do Gazety - najpóźniej na 45 dni przed datą planowanego Eventu.
 6. Zleceniobiorca ma prawo odmówić realizacji Eventu we wskazanym w zamówieniu przez Zleceniodawcę terminie. W takiej sytuacji Zleceniobiorca może proponować Zleceniobiorcy inne terminy. Termin Eventu musi zostać zaakceptowany każdorazowo przez każdą ze stron.
 7. W ramach Eventu Zleceniobiorca w szczególności zobowiązuje się do:
 - a. Podjęcia prób pozyskania właściwych, zaakceptowanych przez Zleceniodawców, podwykonawców, partnerów i patronów (w tym patronów medialnych) dla organizacji Eventu;
 - b. wykonywania właściwych bieżących czynności organizacyjnych związanych z Eventem, polegających m.in. na:
 - 1) opracowaniu koncepcji technicznej Eventu, w tym harmonogramu przebiegu ewentualnego konkursu o nagrodę przyznaną w ramach Eventu, scenariusza oraz agendy Eventu,
 - 2) wynajęciu i sformalizowaniu wynajmu sal/pomieszczeń wg kryteriów zaakceptowanych uprzednio przez Zleceniodawcę, jako miejsca Eventu,
 - 3) zaprojektowaniu oraz produkcji, w porozumieniu ze Zleceniodawcami, w kształcie i o treści przez nich zaakceptowanych, materiałów promocyjnych związanych z Eventem,
 - 4) wynajęciu i zapewnieniu profesjonalnej, uzgodnionej ze Zleceniodawcą, oprawy artystycznej, technicznej, dźwiękowej, oświetleniowej Eventu,
 - 5) wysyłce zaproszeń elektronicznych na określony Event, których forma i treści zostanie uprzednio zaakceptowana przez Zleceniodawców,
 - 6) przeprowadzeniu rejestracji gości, których listy zostaną uprzednio ustalone ze Zleceniodawcami,
 - 7) opracowaniu baz tele-adresowych gości obecnych podczas Eventów, jeśli wynika to z zapisów umowy ze Zleceniodawcą, pozyskanie zgody uczestników na przesyłanie informacji handlowej oraz na wykorzystywanie ich danych osobowych w celach marketingowych z zachowaniem zasad wynikających z przepisów prawa w szczególności ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku o ochronie danych osobowych oraz ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną,
 - 8) prowadzeniu rozliczeń finansowych i regulowaniu płatności wobec osób trzecich, o których mowa w ust. 4 pkt. a powyżej; Zleceniobiorca zleci wykonanie poszczególnych prac w ramach organizacji Eventu, wyłącznie na podstawie i w granicach zaakceptowanego uprzednio przez Zleceniodawców kosztorysu,
 - 9) koordynowaniu działań związanych z techniczną i merytoryczną organizacją Eventu w oparciu o informacje dostarczane przez Zleceniodawców, w tym kontakt z członkami kapituły odpowiedzialnej za przyznanie nagrody w ramach Eventu i audytorem,
 - 10) produkcji w uzgodnieniu ze Zleceniodawcami materiałów związanych z Eventem oraz ustalenia planu zagospodarowania przestrzeni podczas Eventu w miejscu jego przeprowadzenia, po uzyskaniu uprzedniej akceptacji ze strony Zleceniodawców,
 - 11) prowadzeniu ustaleń merytorycznych, technicznych i logistycznych z partnerami, sponsorami Eventu, po uzyskaniu uprzedniej akceptacji ze strony Zleceniodawców.
 - c. Zleceniobiorca obciąży Zleceniodawcę kosztami prac wykonanych w ramach organizacji Eventu przez ww. osoby trzecie.
8. Koszt poszczególnego zlecenia ustalony jest każdorazowo indywidualnie między stronami.
9. Zleceniobiorca może zrezygnować z organizacji Eventu tylko w formie oświadczenia złożonego pisemnie doręczonego Zleceniobiorcy za pośrednictwem faksu, lub mailowo. Zleceniodawca może zrezygnować z zamówienia w terminie 5 dni roboczych od przesłania ww. oświadczenia bez ponoszenia żadnych kosztów.
Rezygnacja ze zlecenia w terminie:
 - 1) Przed upływem 30 dni przed planowym Eventem uprawnia Zleceniobiorcę do obciążenia Zleceniodawcy kwotą w wysokości 60% uzgodnionej należności za realizację Eventu oraz poniesionymi kosztami wskazanymi w pkt. 4 ust. c.
 - 2) W terminie późniejszym niż w ust. 1 uprawnia Zleceniobiorcę do obciążenia Zleceniodawcy kwotą w wysokości 100% uzgodnionej należności za realizację Eventu w tym kosztami wskazanymi w pkt. 4 ust. c. w wysokości proporcjonalnej do faktycznie poniesionych.
10. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za treść materiałów promocyjnych, zaakceptowanych przez Zleceniodawcę. Zleceniodawca zobowiązany jest do naprawienia wszelkich ewentualnych szkód po stronie Zleceniobiorcy wynikłych w związku z treścią zamieszczonej reklamy.
11. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe na skutek zaistnienia okoliczności, na które nie miał on wpływu, tj. powstałych w szczególności w wyniku pożaru, powodzi, strajków, zamknięcia granic, itp., a które zakłócić mogą częściowo lub całkowicie realizację zlecenia.
12. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do zmiany warunków regulaminu w każdym czasie jego obowiązywania, o czym poinformuje Zleceniobiorców w drodze informacji zamieszczonej na specjalnej stronie internetowej dotyczącej danego eventu.

Przedpłata – rabat 3%, strona lewa – rabat 10%. Tabela dopłat znajduje się na stronie 5

