

# REKLAAMI VASTUVÕTU TINGIMUSED

## Nõudmised kujundusele

- Kõik kujunduses kasutatud värvipildid ja värvitoonid peavad olema CMYK kujul. Kasutatud spotvärvid tuleb konverteerida CMYK formaati. Juhul, kui failis esineb spotvärv konverteeritakse see CMYK-iks trüki paberile vastava värviprofiili alusel. Saadav värvitoon on täpne paberi värviprofiili järgi, kuid ei pruugi vastata soovitudle.
- Ajalehtede kujundamisel tuleb vältida mustade tekstide ja objektide puhul 4-värvi musta (*rich black*) kasutamist.
- Protsessvärvide protsentuaalne summa värvilistes tekstides ja objektides ei tohi ületada ajalehepaberil 240%, parendatud ajalehepaberil 275% ja kriitpaberil 300%.
- Värvilistele objektidele (v.a. 100% must) ei tohi olla defineeritud ületrüki (*overprint*).
- Joongraafika (*line-art*) minimaalne joonepaksus peab olema vähemalt 0,15 mm. Joongraafika ei tohi sisaldada üle kahe osavärv, mis trükitakse teineteise peale.
- Ajalehetrüki vältida 8 punkti või väiksemate (st <3 mm) valgete kirjade kasutamist (*knock out*) värvilistes objektides ning mitmest osavärvist koosnevate (heledate) kirjade kasutamist. Kursiivis või šeriifidega kirja minimaalne suurus värvilistes objektides peab olema vähemalt 10 punkti.

## Nõudmised failidele

- Õhtuleht käsitleb valmisreklaamina ainult nõuetekohaselt valmistatud PDF formaadis faile. Aktsepteerime PDF versioon 1.3 faile (Adobe Acrobat 4 formaadiga ühilduvad ja vastavad PDF/X:1-a (2001) standardile). Lisainformatsiooni PDF failide tegemisest leiad internetist aadressil: <http://www.kroonpress.ee/index.php?est/tugi/43>
- PDF failid peavad olema separeerimata kujul (*composite*).
- Igas PDF failis peab sisalduma ainult üks lehekülg.
- Faili nimi peab sisaldama firma või kaubamärgi (toote või teenuse) nime, mõõtu (laius x kõrgus millimeetrites) ja ilmumise kuupäeva. NB! Kui ilmumise kuupäevi on rohkem kui üks, siis failinimes peab olema ilmumise fikseeritud esimene ilmumiskuupäev.

## Ebakorrektselt vormistatud failinime näide:

reklaam\_94x92.pdf

## Korrektselt vormistatud failinime näide:

BBL\_perelaen\_94x140\_13.06.pdf

- PDF failid peavad olema lõplikud, s.t. kõik elemendid peavad olema monteeritud saadetud PDF faili. Kujundus peab olema puhtas trükiformaadis st. lõpptulemusega 1:1 mõõdus.
- PDF failides ei tohi olla mistahes trükitehnilist markeeringut trüki kontrollskaalasis, värvide nimetusi, kokkutrüki märke (*registration marks*) ega lõikemärke (*crop marks*).
- Üleservatrüki peab saadetud leheküljel olema lisaks 5 mm lõikevaru (*bleed*) igast lõikeservast.
- Kõik värvilised pildid ja objektid peavad olema CMYK formaadis (mitte RGB, Lab või ICC). Samuti peavad kõik kasutatud spotvärvid olema konverteeritud CMYK formaati.
- Failides sisalduvate piltide resolutsioon (tihedus) peab olema võrdne kahekordse rastritihedusega (näiteks 85 lpi trüki puhul peab pildi resolutsioon olema 170 dpi). Rastritihedusest üle kahe korra suurem resolutsioon ei paranda trüki kvaliteeti, kuid suurendab andmemahutu ja poognamontaaži rasteerimiseks kuluvat aega.
- Must-valged vektorikujul objektid ei tohi sisaldada CMYK ega RGB värvitoone.
- Kõik kujunduses kasutatud kirjatüübid (*fonts*) peavad sisalduma Õhtulehte saadetud PDF failides.

## Reklaammaterjali saatmise viisid

- FTP. Õhtuleht soovib failid uploadida aadressil <ftp://ftp.oh tuleht.ee/reklaam>
- Elektronpost. Materjali võib saata aadressil [reklaam@oh tuleht.ee](mailto:reklaam@oh tuleht.ee), mahupiirang 2 MB
- CD-ROM või DVD kettal.

Reklaami esitamisel palume lisada väljatrükk/faks koos tööfaili nimedega.

Uue faili tõstmisest või vana faili väljavahetamisest ftp-sse või reklaami mailboxi peab klient projektijuhti või reklaamitoimetajat kirjalikult teavitama. Vastasel juhul ei garanteeri Õhtuleht õige reklaami ilmumist.

## Algmaterjalid

Õhtulehes on kasutusel PC tüüpi arvutid ja reklaammaterjale võetakse vastu järgnevatel formaatides:  
tekst – DOC, RTF, TXT;  
fotod ja rasterkujul logod – TIFF, JPEG, PSD, EPS;  
graafika – PDF, EPS, CDR, AI.

## Esitamistähtajad reklaamidele

### Valmisreklaamid:

põhileht: ilmumisele eelneval tööpäeval kell 10.  
televaka: ilmumispäeval teisipäeval kell 12.  
Head Reisi! rubriik laupäeval: ilmumispäeval neljapäeval kell 10.  
eriprojektid: vastavalt eriprojekti infokirjale.

### Algmaterjalid:

Valmisreklaamidest üks tööpäev varem. Näide: laupäevase Head reisi! rubriigi algmaterjalid peavad olema kohal hiljemalt ilmumispäeval kolmapäeval kell 10.

### Täiendav info:

Õhtuleht jätab endale õiguse reklaamide esitamistähtsagedade jooksuks muutmiseks juhul, kui leht ilmub tavapärasest erineval nädalapäeval (näiteks ilmub laupäevane leht riigipüha tõttu reedel), tehakse eritrukiga väljaanne või selle osa (näiteks trükitakse laupäevase lehe mõned küljed tavapärasest mitu tundi varem). Õhtulehel on õigus nõuda trahvi 1,6 eurot iga hilinenud minuti eest. Üle kolme tunni hilinenud reklaami puhul ei ole Õhtulehel kohustus reklaami avaldada. Üle kolme tunni hilinenud reklaami puhul on Õhtulehel õigus nõuda pinna eest tasumist 50% ulatuses hinnakirjajärgsest hinnast.

### Annulleerimine

Reklaampindu saab annulleerida **ainult kirjalikult** kaks tööpäeva enne reklaamide esitamistähtaega (vt Esitamistähtajad reklaamidele). Hilisemal annulleerimisel on Õhtulehel õigus nõuda trahvi 50% ulatuses pinna hinnakirjajärgsest hinnast.

### Nõuetele mittevastav reklaam

- Õhtulehel on õigus tellija poolt esitatud reklaam tagasi lükata, kui see ei vasta Õhtulehe reklaami vastuvõtu tingimustele.
- Õhtuleht ei vastuta reklaamide trükikvaliteedi ja trükis ilmunud reklaamimuutuste eest, kui reklaam on vastuolus reklaami vastuvõtu tingimustega.
- Õhtuleht ei vastuta reklaamis olevate õigekirja vigade eest.
- Õhtulehel on õigus tellija poolt esitatud reklaam tagasi lükata, kui see ei vasta Eesti Vabariigi reklaamiseadusele või on vastuolus Eesti Vabariigi seadustega.
- Reklaami vastuvõtu tingimustele mittevastava materjali ümberõiguse kulud, samuti reklaami vastuvõtu tingimuste mittetäitumise tõttu põhjustatud kahju kannab täies mahus selle reklaami esitanud klient. Näiteks saadab klient x reklaami, kus värvide summa on suurem kui 240% ja see määrab kõrvalküljel asuva kliendi y kriitpinna reklaami, siis on Õhtulehel õigus nõuda trahvi kliendilt x kriitpinna reklaami maksumuse ulatuses.

### Nõuded reklaamartiklite avaldamiseks

Õhtulehe väljaannetes ilmuvad kommertstekstid ei tohi eksitada lugejat selliselt, et need mõjuksid toimetuse artiklina. Seetõttu peavad reklaamtekstid vastama järgmistele nõuetele:

- Reklaami ülannurgas peab olema vähemalt 8 punkti suurusel trükitähtedega tekst REKLAAM, REKLAAMTEKST või KOMMERTSTEKST. Poliitilise kommertsteksti päises peab olema vähemalt 8 punkti suurusel trükitähtedega tekst TASUTUD POLIITILINE REKLAAM.
- Keelatud on kasutada reklaamartiklis Õhtulehes kasutusel olevaid või neile sarnaseid fonte.
- Reklaamartikli veergude arv peab olema erinev Õhtulehe toimetuse artikli veergude arvust. Näide: 143x188 mõõdus reklaamteksti veergude arv ei tohi olla kolm veergu, kuna see vastab Õhtulehe toimetuse artikli veergude arvule.
- Reklaamartiklit peab ümbritsema raam.

### Pretensioonide esitamise kord

- Reklaami avaldamisel tekkinud vigade kohta võetakse pretensioone vastu ainult juhul, kui need on esitatud kirjalikult kolme tööpäeva jooksul pärast reklaami ilmumist.
- Pretensioone valmisreklaamide trükikvaliteedi kohta võetakse vastu ainult juhul, kui reklaam on valmistatud vastavalt käesoleva reklaami vastuvõtu tingimustele.
- Pretensioone ei saa esitada reklaamide kohta, mis on Õhtulehele saadetud hiljem reklaamide esitamise tähtaegadest (vt. «Esitamistähtajad reklaamidele»).