

Zestaw medialny

**Współpraca z gazetą OPTYKA
jest skutecznym sposobem
na dotarcie do specjalistów
oraz budowanie
swojej pozycji na rynku!**

Reklama w branżowym czasopiśmie przynosi wiele korzyści zarówno małym, jak i dużym firmom:



Dotarcie do docelowej grupy odbiorców

Branżowe czasopismo przyciąga specjalistów i profesjonalistów z danej dziedziny. Reklama w takim czasopiśmie pozwala dotrzeć do właściwej grupy odbiorców, co zwiększa skuteczność kampanii reklamowej.



Budowanie świadomości marki

Nasze czasopismo dociera do szerokiego grona czytelników, co pozwala na zwiększenie świadomości marki. To szczególnie ważne, jeśli firma dopiero zaczyna działalność lub chce wzmocnić swoją obecność na rynku.



Wzmacnianie wiarygodności i reputacji

Reklama w renomowanym branżowym czasopiśmie może przyczynić się do wzrostu wiarygodności i reputacji firmy. Klienci uważają reklamodawców za ekspertów w swojej dziedzinie.



Edukacja i informacja

Reklama w naszym czasopiśmie nie tylko promuje produkty, ale także dostarcza informacje i edukuje czytelników na temat nowych technologii, trendów i rozwiązań w danej dziedzinie.



Długotrwała widoczność

Reklama w naszym czasopiśmie pozostaje w zasięgu czytelników przez dłuższy czas, co oznacza, że daje długotrwałą widoczność marki.



Nawiązywanie partnerstw i kontaktów biznesowych

Poprzez reklamę w czasopiśmie firma może przyciągnąć potencjalnych partnerów i klientów. To doskonałe miejsce do nawiązywania kontaktów biznesowych i relacji.



Promocja nowych produktów i usług

Reklama w naszym czasopiśmie jest doskonałym narzędziem do promocji nowych produktów lub usług. Czytelnicy często sięgają po czasopisma w poszukiwaniu nowości i trendów w branży.



Możliwość tworzenia kreatywnych reklam i publikacji

Nasze czasopismo pozwala na tworzenie kreatywnych i estetycznie atrakcyjnych reklam, które przyciągają uwagę czytelników. Oferujemy publikacje artykułów sponsorowanych, dzięki którym firmy mają możliwość zapoznania czytelników z działalnością firmy czy specjalistyczną ofertą.

Redakcja i wydawca



Magdalena Lis

Redaktor naczelna

mlis@gazeta-optyka.pl

kom. +48 533 317 161

Współpracownicy

Dr n. med. Anna Maria Ambroziak

Mgr inż. Justyna Chylewska

Szymon Grygierczyk

Mgr Tomasz Krawczyk

Prof. dr hab. Ryszard Naskręcki

Mgr Dominika Olkowska

Polskie Stowarzyszenie Soczewek Kontaktowych

Polskie Towarzystwo Optometrii i Optyki

Polskie Towarzystwo Ortoptyczne im. Prof. Krystyny Krzystkowej



Tomasz Kaczyński

Sekretarz redakcji

tomekk@gazeta-optyka.pl

kom. +48 600 688 437



Monika Gawinowicz

Manager ds. organizacji i reklamy

monika@gazeta-optyka.pl

kom. +48 601 973 300



Branżowy dwumiesięcznik **OPTYKA** ISSN 2081-1268

Niezależny wydawca:

MAGMONI Sp. z o.o.

Al. Waszyngtona 20/21, 03-910 Warszawa

NIP: 1133050523, REGON: 521168012,

KRS: 0000951266

Adres redakcji gazety OPTYKA:



ul. Walecznych 36 lok. 1

03-916 Warszawa

listy@gazeta-optyka.pl

www.gazeta-optyka.pl



<https://www.facebook.com/gazeta.optyka>

<https://www.facebook.com/magiaokularow>

<https://www.facebook.com/groups/ogloszenia.gazetaOPTYKA>

Misja redakcji

Misją redakcji gazety OPTYKA jest rozwój branży optycznej w Polsce, dlatego staramy się pogłębiać wiedzę osób świadczących usługi dla klientów w salonach optycznych i praktykach optometrycznych.

Dokładamy wszelkich starań, aby gazeta docierała do tych, którym zależy na podnoszeniu jakości obsługi klientów i pacjentów oraz na zwiększeniu sprzedaży, oferowaniu i dopasowaniu najlepszych rozwiązań.

Dbamy o to, aby gazeta OPTYKA miała najwyższą jakość graficzną (wizualną) oraz merytoryczną. Współpracujemy z towarzystwami naukowymi, uczelniami wyższymi, ośrodkami kształcenia zawodowego i z innymi organizacjami zawodowymi i społecznymi.

W każdym wydaniu zamieszczamy artykuły edukacyjne podnoszące kwalifikacje zawodowe, marketingowe wspierające rozwój sprzedaży, jak również prezentacje produktów, najnowsze rozwiązania technologiczne i trendy w modzie okularowej.

Współpracujemy z największymi i najważniejszymi specjalistami oraz autorytetami branżowymi.

Wspieramy organizacje branżowe i uczelnie.

Jesteśmy patronem medialnym najważniejszych wydarzeń branżowych w Polsce.

Gazeta OPTYKA w branży odgrywa kluczową rolę w dostarczaniu wiedzy profesjonalistom ochrony wzroku oraz wszystkim zainteresowanym dziedziną optyki.

Poszukujemy tematów i pomysłów na atrakcyjne i wartościowe artykuły, które mogą wzbogacić zawartość gazety oraz zainteresować czytelnika.

Jesteśmy otwarci na współpracę z firmami specjalizującymi się w doradztwie i w usługach z zakresu rozwoju biznesu i przedsiębiorczości oraz kompetencji zawodowych wspierające inicjatywy związane z rozwojem branży.

Cenimy aktywną współpracę i wymianę informacji oraz spostrzeżeń, bo dzięki temu jesteśmy w stanie reagować na potrzeby branży (czytelników oraz naszych reklamodawców).

Ugruntowana pozycja gazety OPTYKA, jako renomowanego źródła informacji i wsparcia edukacyjnego, jest trwała oraz wpływowa w branży!

Długa tradycja:

Gazeta OPTYKA istnieje od 2010 roku, od początku zajmując się szeroko rozumianą edukacją branżową.

Zaufanie i autorytet:

Cieszymy się ogromnym zaufaniem wśród profesjonalistów ochrony wzroku oraz przedstawicieli firm optycznych. Artykuły są tworzone przez ekspertów i oparte na rzetelnych źródłach, co sprawia, że stanowi cenne źródło wiedzy.

Wsparcie specjalistów:

Wiele środowisk naukowych i akademickich oraz profesjonalistów i branżowych autorytetów, zaangażowanych jest w tworzenie treści gazety OPTYKA. To zapewnia, że gazeta jest dostosowana do potrzeb i interesów zawodowych czytelnika.

Wysoki poziom merytoryczny:

Tematyka gazety zawsze skupia się na prezentowaniu rzetelnych i aktualnych informacji dotyczących ochrony wzroku, nowości w branży, technologii i badań. Artykuły są pisane przez ekspertów, co gwarantuje wysoki poziom merytoryczny.

Wsparcie edukacyjne:

Zamieszczamy materiały, które pomagają specjalistom w podnoszeniu swoich kompetencji oraz konkurencyjności. Publikujemy artykuły edukacyjne podnoszące kwalifikacje zawodowe oraz materiały marketingowe wspierające rozwój sprzedaży, jak również prezentacje produktów, najnowszych rozwiązań oraz trendów w modzie okularowej.

Dostarczanie najnowszych informacji:

Jesteśmy znani z tego, że dostarczamy rzetelne i najświeższe informacje o branży optycznej. Czytelnicy informowani są na bieżąco o nowościach, badaniach i trendach w dziedzinie ochrony wzroku.





Relacje z branżą:

Redakcja utrzymuje silne relacje z firmami i organizacjami z branży optycznej. Jest patronem medialnym najważniejszych wydarzeń branżowych oraz wartościowych inicjatyw.

Unikalne publikacje:

Czytelnicy polegają na unikalnej i merytorycznej zawartości publikacji oraz badań, które pomagają w poszerzeniu wiedzy i dokonywaniu przemysłowych wyborów w zakresie soczewek, opraw okularowych czy produktów optycznych.

Promocja innowacji:

Gazeta OPTYKA jest znana z promowania innowacji w dziedzinie optyki. To miejsce, gdzie czytelnicy mogą dowiedzieć się o najnowszych technologiach i rozwiązaniach, które poprawiają jakość życia pacjentów i klientów.

Łączenie społeczności branżowej:

Gazeta pełni rolę platformy, która łączy społeczność specjalistów ochrony wzroku i udostępnia miejsce do dzielenia się wiedzą oraz doświadczeniem.

Dostępność treści online:

Gazeta OPTYKA dostosowała się do cyfrowego wieku, udostępniając swoje treści online. Posiada również swój profil na Facebooku, gdzie mamy najwięcej obserwujących spośród innych konkurencyjnych czasopism. To pozwala na dotarcie do jeszcze szerszego grona.

Wyróżnienia i osiągnięcia:

Redakcja gazety OPTYKA otrzymała liczne nagrody i wyróżnienia za wspieranie rozwoju branży optycznej w Polsce, co potwierdza jej jakość i wpływ.

Według analiz rynkowych w raportach OPTYKBUS prowadzonych przez firmę BCMM Gazeta OPTYKA ma największe czytelnictwo wśród wszystkich czasopism optycznych w Polsce.



Gazeta OPTYKA regularnie ukazuje się **w wersji drukowanej** o nakładzie **5,4 tys. egzemplarzy**, które wysyłane są jedynie według zamówień prenumeraty do specjalistów z branży.



Każdy numer dostępny jest również **w wersji elektronicznej** w archiwum na naszej stronie (średnio numer ma około 4,5 tys. pobrań):
gazeta-optyka.pl/index.php/o-nas/archiwum



Ponad **6 tys.** osób obserwujących profil
facebook.com/gazeta.optyka



Ogłoszenia branżowe – grupa na FB ma ponad **3,7 tys.** członków
www.facebook.com/groups/ogloszenia.gazetaOPTYKA



Wydawanie numeru, wierszówki dla autorów oraz wysyłka bezpłatnej prenumeraty finansowane są ze sprzedaży powierzchni reklamowych.

**Wspólnie budujemy
przyszłość i rozwój
polskiej branży optycznej
oraz kształtujemy nowe pokolenia!**



Według raportów OPTYKBUS firmy badawczej BCMM, **gazeta OPTYKA jest najpoczytniejszym czasopismem** w branży optycznej **o największym 88% zasięgu** wśród wszystkich pozostałych czasopism branżowych.

ISSN: 2081-1268

Cykl wydawniczy: dwumiesięcznik

Liczba numerów w roku: 6

Nakład: 5.400 egzemplarzy

Zasięg: ogólnopolski

Dystrybucja: bezpłatna prenumerata dla specjalistów

Format: 230 x 300 mm

Kolorystyka: CMYK

Druk: offsetowy CTP o rozdzielczości 2400 ppi

Papier: środek – kredo 115g / okładki - kredo 250g

E-wydanie: każdy numer także w wersji elektronicznej

TEMATYKA

- ✓ moda okularowa (trendy we wzornictwie okularowym, technologie i materiały)
- ✓ najnowsze produkty optyczne (soczewki okularowe, uszlachetnienia, soczewki kontaktowe, urządzenia)
- ✓ wady wzroku i sposoby korekcji
- ✓ zmiany w branży (edukacja, prawo, ustawodawstwo)
- ✓ sztuka sprzedaży
- ✓ marketingowe sposoby na zwiększanie konkurencyjności
- ✓ zarządzanie salonem optycznym i praktyką
- ✓ aranżacja wnętrza i wyposażenie
- ✓ wydarzenia branżowe (targi, spotkania, konferencje, sympozja)
- ✓ publikacje naukowe z zakresu: optyki, optometrii, okulistyki, kontaktologii, ortoptyki, tyflogologii

Grupa docelowa

Grupą docelową gazety OPTYKA są osoby zajmujące się ochroną wzroku, prowadzące lub pracujące w salonach optycznych oraz gabinetach na terenie Polski.

Zamówienie bezpłatnej prenumeraty poprzez wypełnienie formularza – chcemy mieć pewność, że docieramy do specjalistów zainteresowanych śledzeniem informacji i reklam publikowanych w gazecie OPTYKA.

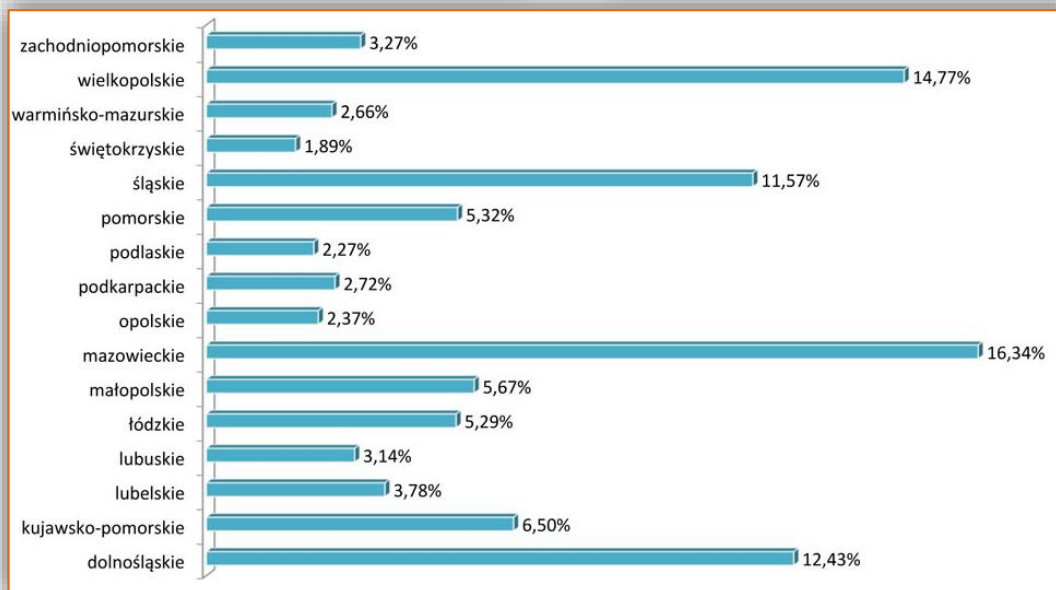
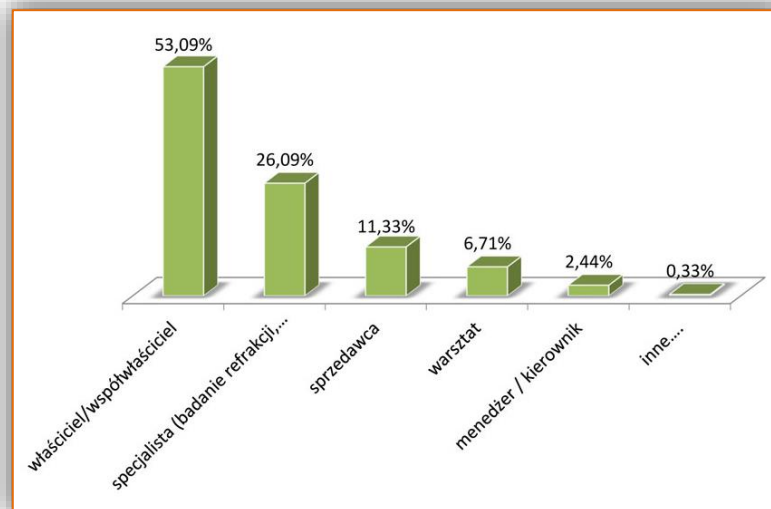
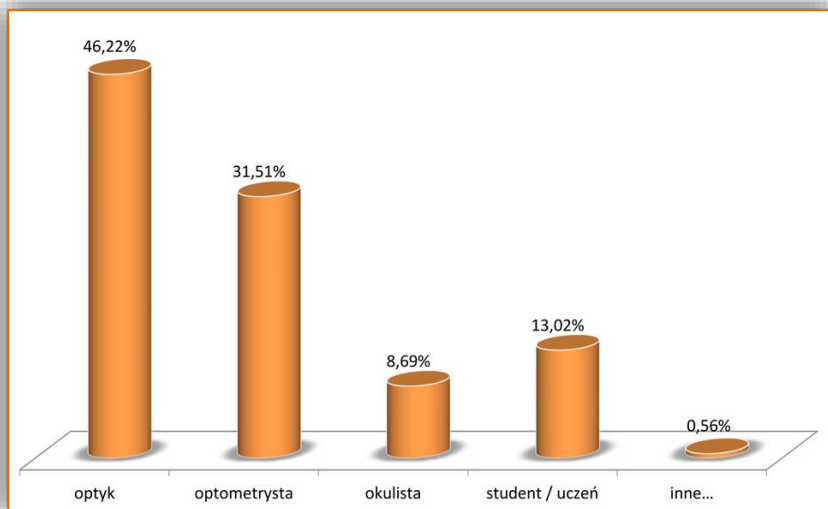
Dzięki krótkiej ankiecie zamieszczonej na formularzu zamówienia prenumeraty dowiadujemy się, kim jest nasz czytelnik, jak ocenia gazetę OPTYKA oraz jaką tematyką czy problematyką jest zainteresowany.

OPINIA CZYTELNIKÓW*

- około **98%** wskazuje, że gazeta OPTYKA jest dla nich **głównym źródłem informacji**
- około **96%** uważa, że jest pismem **przydatnym w praktyce, pomagając im w pracy i nauce**
- około **92%** twierdzi, że **piszą w nim autorytety naukowe, z których zdaniem się liczą**
- około **95%** prenumeratorów zaznacza, że **reklamy w gazecie OPTYKA są dla nich źródłem informacji**

*) Informacje zebrane na podstawie odpowiedzi na ankietę w formularzu zamówienia prenumeraty.

Jak wynika z ankiet otrzymywanych przy zamówieniu prenumeraty, czytelnikami gazety OPTYKA są:



Wsparcie dla reklamodawców

Naszym reklamodawcom **oferujemy wsparcie medialne i dbałość o wizerunek ich firmy i marki**, wspierając ich działania promocyjne (np. szkolenia, konferencje, oferty specjalne, kampanie).

W ramach zamówienia reklamowego bezpłatnie zapewniamy:

Zamieszczenie logo w informacjach o sponsorach prenumeraty danego numeru:

- na naszej stronie internetowej logo z linkiem,
- w gazecie w spisie reklam logo z nr strony, na której jest reklama.

W zestawieniach i artykułach przedstawiamy produkty, technologie i usługi naszych reklamodawców.

Na stronach modowych **prezentujemy marki i nowe kolekcje okularowe** wraz z opisem.

W dziale „**Aktualności**” zamieszczamy proste **informacje prasowe** m.in. o nowych produktach, inicjatywach i kampaniach.

Publikujemy **reportaże z wydarzeń firmowych** (takich jak np. szkolenia, konferencje, uroczystości).

Zdjęcia stoisk firmowych z wystaw i targów branżowych, w których uczestniczy redakcja.

Na naszym profilu **FB gazeta.optyka** udostępniamy posty reklamodawców (komunikaty, informacje, promocje, wydarzenia oraz ciekawostki branżowe).

Na fanpage **FB magiaokularow** udostępniamy informacje i materiały dla klientów ostatecznych zainteresowanych modą okularową i zdrowym wzrokiem.

Przed każdym wydaniem rosyłamy maile z informacją o planowanej tematyce najbliższego numeru wraz z terminami.

Dzięki temu firmy mogą dopasować reklamę oraz przekazać redakcji informacje uzupełniające daną tematykę.

Cennik powierzchni reklamowych

Obowiązujący od 01 stycznia 2024



I okładka*	20.600 PLN
II okładka*	6.800 PLN
III okładka*	6.200 PLN
IV okładka*	8.400 PLN

1 strona* 231/10x300 mm	1/2 strony 197x128 mm	1/3 poziom 197x83 mm	1/3 pion 60x255 mm	1/4 poziom 197x64 mm
5.800 PLN	3.600 PLN	2.800 PLN	2.800 PLN	2.300 PLN

RABATY!

Przy zamówieniu emisji w kolejnych numerach: 2 emisje -5% • 3 emisje -10% • 4 emisje -15% • 5 emisji -20% • 6 emisji -30%

Pierwsza prawa strona*	6.600 PLN
Prawa strona przy wstępie redakcyjnym*	6.900 PLN
Prawa strona przy spisie treści*	6.900 PLN
Prawa strona przy spisie reklam*	6.900 PLN
Pierwsza rozkładówka 8–9 strona**	12.200 PLN
Rozkładówka**	11.300 PLN
Wklejka**	13.200 PLN
INSERTOWANIE materiału – cena ustalana indywidualnie	

* powierzchnie całostronicowe o wymiarze netto 230x300 mm, do których należy doliczyć **spady** po 5 mm z każdej strony

** dwie strony na spad, każda o wymiarze netto 230x300 mm

Uwagi:

1. Cena za wykup powierzchni reklamowej podana jest netto (+ VAT 23%).
2. Rozmiar reklam podany jest w milimetrach (szerokość x wysokość).
3. W przypadku zamieszczenia kilku reklam w układzie „kartka za kartką” doliczamy do reklamy 10% ceny podstawowej dla danego formatu.
4. Za zamieszczenie ogłoszenia w wybranym przez zamawiającego miejscu dolicza się 10% ceny podstawowej.
5. Cennik reklam jest integralną częścią Regulaminu zamieszczania reklam w gazecie OPTYKA www.gazeta-optyka.pl w zakładce REKLAMA.

Terminarz wydawniczy 2024



Numer	Składanie zamówień i rezerwacji powierzchni reklamowych	Dostarczenie Informacji PR do Aktualności	Zamknięcie numeru; dostarczenie reklam do druku	Publikacja e-wydania	Wysyłka wersji drukowanej
1(86)2024	10 stycznia	19 stycznia	25 stycznia	01 lutego	12 lutego
2(87)2024	11 marca	20 marca	25 marca	01 kwietnia	10 kwietnia
3(88)2024	10 maja	20 maja	24 maja	03 czerwca	10 czerwca
4(89)2024	10 lipca	19 lipca	25 lipca	01 sierpnia	12 sierpnia
5(90)2024	10 września	20 września	25 września	01 października	10 października
6(91)2024	12 listopada	20 listopada	25 listopada	02 grudnia	10 grudnia

Regulamin Zamieszczania Reklam

1. Wydawca prowadzi sprzedaż powierzchni reklamowych w gazecie OPTYKA na podstawie Cennika Reklam, Regulaminu Zamieszczania Reklam oraz Warunków Technicznych, zawierające – **jednolite dla wszystkich zainteresowanych podmiotów** – warunki przyjmowania zleceń na publikację reklam (ogłoszeń, materiałów promocyjnych, artykułów sponsorowanych).

2. Przyjmowanie do publikacji reklam, oraz zamieszczanie ich w gazecie OPTYKA dokonywane jest **na podstawie umowy** zawartej pomiędzy **Wydawcą a Zamawiającym**.

3. Zamawiający dostarcza Wydawcy gotowy do druku plik z materiałem reklamowym (reklama graficzna, ogłoszenie, artykuł sponsorowany):

- w jakości do druku przygotowany **wg Specyfikacji Technicznej**,
- **w wyznaczonym terminie dostarczenia reklam** oznaczonym w Terminarzu Wydawniczym.

4. Zamawiający odpowiada za treść i formę materiałów zamieszczanych na zamówienie. Reklamy nie mogą być sprzeczne z prawem ani dobrymi obyczajami (zasadami współżycia społecznego).

5. Materiały promocyjne takie jak np. wywiady i artykuły, Wydawca oznacza opisem: „**Artykuł sponsorowany**” (Art. 36 Prawo prasowe).

6. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść publikowanych materiałów zamieszczanych na zamówienie.

7. Wydawca ma prawo odmówić zamieszczenia materiału reklamowego, jeśli jego treść jest niezgodna z interesem lub charakterem gazety OPTYKA.

8. W razie **niedostarczenia wydruku próbnego** (proof, matchprint, chromalin), wydawnictwo oraz drukarnia **nie ponoszą odpowiedzialności** za niezgodność kolorów.

9. Aby zmienić reklamę w czasie realizacji zamówienia, Zamawiający zobowiązany jest dostarczyć nowy materiał **nie później niż w terminie określonym w Terminarzu Wydawniczym**.

10. Brak materiałów do druku w wyznaczonym terminie oznacza:

- dla pierwszej reklamy rozpoczynającej emisję wg zamówienia, brak publikacji oraz **obciążenie Zamawiającego 100% wartości** zamówionej powierzchni,
- dla kolejnej emisji reklamy Wydawca **zamieszcza powtórkę** ostatnio opublikowanej wersji.

11. Rezerwacja I, II, III i IV okładki nie może być anulowana.

12. Warunek zamieszczenia reklamy na I okładce gazety OPTYKA: reklama **musi być inna od pozostałych okładek** gazet branżowych (aby Czytelnik nie mylił tytułów czasopism). Powinna mieć przejrzystą grafikę i niewielką ilość tekstu.

13. Rezygnacja z emisji reklamy lub przerwanie zamówienia cyklu reklam **wymaga formy pisemnej** i może być **dokonana tylko do dnia oznaczonego w terminarzu wydawniczym jako termin składania zamówień** na reklamy.

- Rezygnacja po ww. terminie powoduje obciążenie Zleceniodawcy karą umowną w wysokości **100% wartości zamówionej reklamy**.
- W razie rezygnacji z kontynuacji zamówienia Zleceniodawca jest zobowiązany **do zwrotu odliczonego wcześniej rabatu**.

14. Faktury wystawiane są w dniu publikacji e-wydania danego numeru gazety OPTYKA z zamówioną reklamą. Płatność przelewem na podstawie faktury w terminie **14 dni**. W przypadku opóźnienia będą naliczane ustawowe odsetki karne oraz zostanie wystawiona faktura **wyrównująca odliczony wcześniej rabat**.

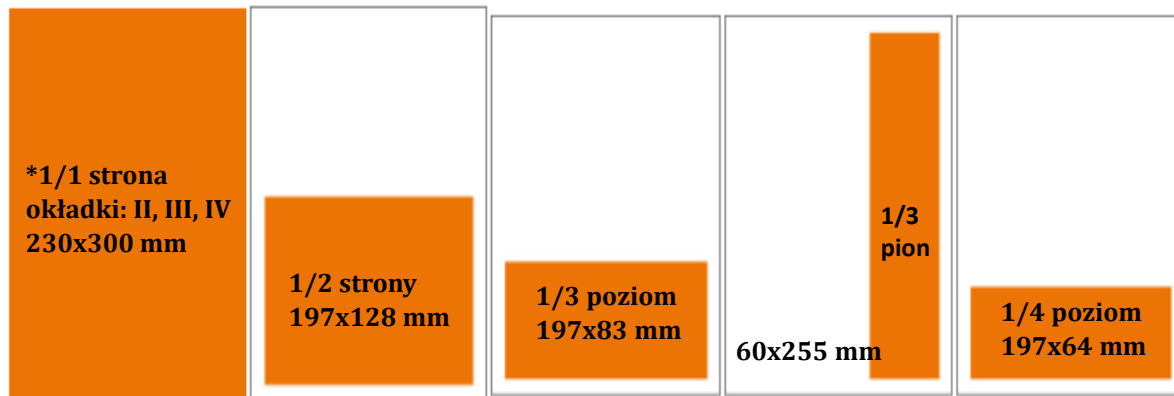
15. Wydawca **zastrzega sobie prawo** do pobierania należności za reklamę w momencie złożenia zamówienia.

16. W przypadku **Reklamy projektowanej przez Wydawcę na zlecenie Zamawiającego**, **pobierane są opłaty**. Koszt przygotowania reklamy i koszt praw autorskich ustalany jest indywidualnie i zależy od stopnia skomplikowania oraz rodzaju reklamy.

Specyfikacja techniczna

1. Specyfikacja techniczna przyjmowanych materiałów reklamowych do druku:

- kolorystyka **CMYK** (wszystkich elementów)
- rozdzielczość **300 ppi**,
- pliki w formacie: **PDF** (rozdzielczość do druku **300 ppi**, wielkość maksymalna pliku: **25 MB**), **każdy** element reklamy (logo, rysunek czy zdjęcie) w PDF musi mieć rozdzielczość minimum **300 ppi**,
- fonty zamienione na **krzywe**,
- teksty **czarne muszą** być w jednym kolorze **100% black**,
- zrastrowanie złożonych wypełnień wektorowych,
- pliki zamknięte, bez warstw,
- maksymalne **nafarbienie** (TAC lub TIL) **nie może** przekraczać **330%**,
- warstwy uszlachetnień (UV, hot stamping itp.) muszą być umieszczone na oddzielnej stronie w pliku pdf, jako **100% black**.



❖ w reklamach (**1/1 strony** oraz okładki: **II III, IV**) – całostronicowych **muszą** być uwzględnione **spady z każdej** strony co najmniej **po 5 mm**, format **netto 230 x 300 mm**, do tego trzeba dodać po 5 mm na spad, czyli rozmiar reklamy **brutto to 240 x 310 mm**,

❖ reklamy **muszą mieć** znaczniki drukarskie **pasery** oraz **linie cięcia**, które mają znajdować się poza obszarem spadu (mogą dotyczyć spadów, ale nie mogą na niego wchodzić),

❖ **istotne elementy** graficzne (np. logo, teksty) **muszą być odsunięte od linii cięcia** od strony grzbietu o minimum 18 mm i o minimum 15 mm od linii cięcia przy krawędzi strony.

2. Materiały przyjmujemy:

- **pliki reklamowe** na adres monika@gazeta-optyka.pl
- **proofy** na adres Redakcji OPTYKA
ul. Walecznych 36 lok. 1, 03-916 Warszawa

3. W razie niedostarczenia wydruku próbnego (proof, matchprint, chromalin), Wydawca oraz Drukarnia **nie ponoszą odpowiedzialności** za niezgodność kolorów.

Informacje prasowe do Aktualności



Magdalena Lis

Redaktor naczelna

mlis@gazeta-optyka.pl

kom. +48 533 317 161

Prosta informacja prasowa do „Aktualności” to krótkie notki prasowe o charakterze informacyjnym, których zadaniem jest powiadomienie odbiorców o jakimś wydarzeniu, usłudze, produkcie.

W dziale „Aktualności” zamieszczamy proste informacje prasowe, które dotyczą aktualnych tematów, takich jak: newsy o produktach, usługach, nowych kolekcjach, planowane imprezy i wydarzenia, kampanie, szkolenia, osiągnięcia, strategie, itp.

Prosimy o przesyłanie **krótkich informacji PR w pliku tekstowym z osobną grafiką**:

- tekst do 1000 znaków ze spacjami (w pliku tekstowym)
- maksymalnie 2 ilustracje jako osobny plik graficzny (zdjęcie, logo, ilustracja)
- grafika jako plik PDF, JPG, TIFF lub EPS w rozdzielczości 300 ppi o podstawie minimum 6 cm

Informacje PR należy przesłać **do redaktor naczelnej Magdaleny Lis** na adres: mlis@gazeta-optyka.pl

Jeśli jest taka potrzeba, redakcja informacje przeredagowuje, dostosowując je do gazety (dostępnego miejsca) i odbiorcy. Podlegają one także korekcie redakcyjnej, tak aby nie było błędów ortograficznych i stylistycznych.

Informacji prasowych redakcja nie odsyła do akceptacji / autoryzacji.

Krótkie informacje prasowe nie stanowią przedmiotu prawa autorskiego zgodnie z Ustawą z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. z 1994 r. nr 24, poz. 83), artykuł 4 ustęp 4.

✓ **Informacja do AKTUALNOŚCI powinna zawierać odpowiedź na pytania: *co? kto? gdzie? kiedy? jak? dlaczego? z jakim skutkiem?***

✓ **Powinna być aktualna, obiektywna, zwięzła, konkretna, przejrzysta i ciekawa.**

Zapraszam do współpracy



Jestem do Państwa dyspozycji

Monika Gawinowicz

Manager ds. organizacji i reklamy

monika@gazeta-optyka.pl

Kom. +48 601 973 300

www.gazeta-optyka.pl