

**JAK NAJLEPIEJ PRZYGOTOWYWAĆ REKLAMY TEKSTOWE (ADWERTORIALE)
DO GAZETY WYBORCZEJ ORAZ MAGAZYNÓW GRUPY WYBORCZA**

Szanowni Państwo.

Przepisy polskiego prawa oraz dobry obyczaj dziennikarski zakazują nam publikowania tzw. artykułów sponsorowanych, czyli reklam tekstowych i artykułów pisanych przez dziennikarzy. W związku z tym zobowiązani jesteśmy do przestrzegania zasad oddzielania materiałów dziennikarskich od mogących je przypominać materiałów reklamowych.

WSKAZÓWKI I ZASADY

Prosimy o uwzględnienie w procesie przygotowywania projektów graficznych reklam, w których dominującym elementem jest tekst, kilku poniższych wskazówek i zasad.

Prosimy, aby Państwa reklamy nie zawierały elementów makiety naszych wydawnictw.

Oznacza to, że układ graficzny Państwa reklam tekstowych nie może przypominać układu artykułu redakcyjnego, w szczególności różnić się musi wielkością i rozmieszczeniem nagłówek, tekstu oraz kolorystyką.

■ **Reklama w „Gazecie Wyborczej” lub jej dodatkach (z wyjątkiem „Wysokich Obcasów” i Magazynów Grupy Wyborcza)**

Prosimy, aby tekst w Państwa adwertorialu nie był złamany w szpaltach o szerokości szpalt w „Gazecie Wyborczej” lub danym jej dodatku, chyba że ogłoszenie ma szerokość jednej szpalty (jeden moduł w podstawie ogłoszenia). Gazeta Wyborcza ma cztery lub pięć szpalt, **więc adwertorial powinien mieć maksymalnie trzy szpalty**. Informujemy też, że ogłoszenie tekstowe nie może mieć formatu pełnego pola zadruku.

Dodatkowo zwracamy Państwa uwagę na to, aby czcionka użyta w tekście, tytule i śródtytułach nie była czcionką używaną w „Gazecie Wyborczej”, jej lokalnych stronach lub dodatkach branżowych i wyraźnie się od niej odróżniała.

Aby jednoznacznie dopełnić naszych obowiązków prawnych, prosimy, by reklamy tekstowe o wielkości mniejszej niż strona oraz reklamy tekstowe o wielkości strony, w których tekst złamany jest w więcej niż jednej szpalcie, były otoczone ramką.

Informujemy też, że wszystkie reklamy tekstowe będą opatrzone nagłówkiem „REKLAMA” według zasad makiety poszczególnych wydań „Gazety Wyborczej” i jej dodatków.

W celu wywiązania się z przyjętych od Państwa zleceń zastrzegamy, że warunkiem publikacji reklamy tekstowej na 1 stronie „Gazety Wyborczej”, której wygląd pomimo zastosowania powyższych zasad nadal przypomina tekst redakcyjny, może być prośba o dodanie przez Państwa grubszej ramki bądź apli.

■ **Reklama w „Wysokich Obcasach” i Magazynach Grupy Wyborcza**

W przypadku reklam całostronicowych prosimy, abyście opatrzyli je Państwo jednym z dostępnych napisów (wyraźnym i dobrze widocznym): „REKLAMA”, „TEKST REKLAMOWY”, „PROMOCJA (dodatkowo możliwa nazwa marki)”, „TEKST PROMOCYJNY”, „MATERIAŁ PROMOCYJNY (nazwa marki)”.

Na reklamach o formacie mniejszym niż cała kolumna nie jest konieczne zamieszczanie jednego z powyższych napisów, ponieważ zawsze zostaną one opisane przez Redakcję słowem „REKLAMA”.

Informujemy, że taki napis może zostać wykonany przez naszych grafików za Państwa wiedzą, zgodą i akceptacją.

Ponieważ bardzo nam zależy na realizacji Państwa zamówień, prosimy o przestrzeganie terminów dostarczania materiałów graficznych wskazanych przez opiekuna klienta, tak abyśmy mieli czas na dokonanie wszelkich uzgodnień i poprawek.

Jak Państwo wiecie, jako Wydawca mamy prawo odmówić publikacji reklamy z przyczyn wymienionych w [„Zasadach ogólnych zamieszczania reklam i ogłoszeń w wydawnictwach Agory SA”](#), dlatego w imię obopólnego dobra raz jeszcze prosimy o współpracę i uwzględnienie naszych wskazówek i zaleceń.

**Proponujemy, aby skorzystali Państwo z szablonów reklamy tekstowej (adwertorialu),
które przesyłamy w załączeniu.**