

Формат журнала в готовом виде 260x330мм.

Размер рекламного модуля		Обрезной формат	Дообрезной формат (по 5 мм на вылет)
2/1 (разворот)		520 x 330 мм	530 x 340 мм
1/1 (полоса)		260 x 330 мм	270 x 340 мм
1/2	вертикальная в полосе набора	121 x 306 мм	
1/3	вертикальная в полосе набора	81 x 306 мм	

Материалы рекламных модулей принимаются:

- на дисках с приложенной цветной распечаткой (Москва, 127018, Полковая д.3, стр1; макет “Бренд” в Prime Traveller);
- на ФТП с приложенным pdf или jpg.

ДИСКИ:

- CD (стандарт ISO9660);
- На диске должно быть указано: издание, дата выхода (номер), бренд;
- Диски с рекламными макетами хранятся не более 6-ти месяцев после выхода журнала.

ВНИМАНИЕ!

На диске должны быть только те файлы, которые необходимы для печати рекламных материалов!

FTP:

- Файлы ОБЯЗАТЕЛЬНО архивировать (zip, rar, sit, sitx).
- В названии (имени) заархивированного файла не допускается использование спецсимволов.
- В именах файлов могут использоваться только латинские буквы a-z и цифры 0-9.
- Для разделения слов и знаков должен использоваться знак подчеркивания «_». Использование других знаков не допускается.
- Имя файла (или архива файлов) должно содержать в себе название издания (можно в сокращенной форме) и месяц (номер выхода) публикации. Например: **5PT_brand.sit**
- Файлы с датой создания (Creation date) старше 10 дней от текущей даты уничтожаются автоматически!
- Архивы с макетами, полученными на ФТП, хранятся не более 6-ти месяцев после выхода журнала.

Реквизиты FTP-сервера:

<ftp://ad:pokazuka@ftp.imedia.ru>

HOST: ftp.imedia.ru

USERNAME: ad

PASSWORD: pokazuka

FOLDER: PRIME_TRAVELLER

ВНИМАНИЕ!

В отсутствие цветной распечатки или превью макета в формате PDF или JPG, ИД Индепендент Медия СМ не несет ответственности за ошибки в рекламном модуле.

ТРЕБОВАНИЕ К ФАЙЛАМ:

- Adobe Illustrator (EPS) со **шрифтами, переведенными в кривые (Create Outlines)** и связанными (*link*) и обновленными (*update*) изображениями высокого разрешения (300 dpi); если используются «прозрачности» (*transparence*), они должны быть «склеены» (*flatten*).
- Adobe Photoshop в формате TIFF (без LZW сжатия); 300 dpi - CMYK и Grayscale, 1200 dpi - Bitmap.
- InDesign версии до CS3 со **шрифтами, переведенными в кривые (Create Outlines)**.
- При выполнении сборки макета в InDesign («Package») все иллюстрации должны иметь статус «Ok».

ТРЕБОВАНИЕ К ВЕРСТКЕ:

- Формат верстки модуля должен строго соответствовать обрезному формату издания или обрезному формату рекламного модуля.

- Края макета должны находиться за полями документа по 5 мм с каждой стороны за обрезным форматом документа (“вылет” за край обрезного формата).
- Все значимые элементы, находящиеся внутри полосы, должны располагаться на расстоянии не менее 5 мм от обрезного формата. При наличии рамок – расстояние не менее 8 мм от обрезного формата.
- **При дизайне и вёрстке разворотных полос необходимо учитывать реальные возможности полиграфического оборудования.**
При этом нежелательно использование:
 - тонких линий совмещаемых в развороте;
 - совмещаемых в развороте значимых объектов и портретов;
 - разворотных объектов расположенных с наклоном;
 - попадание текста на корешковый фальц.**Внимание: при несоблюдении данных рекомендаций издание не несет ответственности за стандартные полиграфические несоответствия значимых элементов в разворотных макетах.**
- Все файлы (текст, растровые и векторные изображения), относящиеся к публикации, должны находиться в одной папке.
- Все шрифты, используемые в публикации, должны быть переведены в кривые (Create Outlines) и удалены StrayPoints.
- В публикации не должно быть файлов не использующихся в верстке и промежуточных результатов работы.
- Файл не должен содержать рамку, совпадающую с обрезным форматом макета.
- Растровые изображения, кроме обтравок (Clipping Path), должны быть заверстаны в непрозрачные окна (Box Color – White).
- Все цвета должны иметь статус «Process separation» (не «Spot Color») в «Edit Colors. «Новые цвета», используемые в программе InDesign, должны иметь свои, «оригинальные» имена.
- Все используемые цвета должны быть переведены в цветовую модель CMYK с установкой процесса Separation и отключением опции Spot Colors.
При использовании цветов палитры PANTONE обязательно отключить опции Spot Colors. Учитывайте, что не все цвета Pantone переводятся корректно в цветовую модель CMYK.
- **Недопустимо устанавливать опцию «overprint» на объекты белого цвета – это приводит к «исчезновению» данных объектов.**
- Все иллюстрации должны быть заверстаны в 100-процентном масштабе, в противном случае возможно появление муара или зубчатых краев на изображении.
- Все операции с иллюстрациями (изменение размера, поворот, зеркальное отображение и т.д.) должны быть выполнены в программе подготовки изображений: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator.
- **Недопустимо сохранение в файлах неиспользуемых путей обтравок и дополнительных каналов (Path и Alpha Channel), также недопустимо использование дополнительных слоев.**

1 pt (~ 0,36 мм)

- Монохроматические линии 100% основных цветов – 0,08 мм или 0,25pt;
- Ширина линии тиснения и расстановка между объектами $\geq 0,5$ мм;
- Линии двойного и тройного наложения – 0,10 мм или 0,35 pt;
- Линии вывороткой по монохроматическим 100% плашкам или по составным плашкам с применением треппинга – 0,10 мм или 0,35 pt;
- **Минимальный размер шрифта для прямого изображения (100% black) - 6 pt;**
Black overprint – текст не более 12 pt.; strok и fill толщиной не более 1 мм (~3 pt);
- **Минимальный размер шрифта для выворотного изображения (белым по черному) - 9 pt;**
- Минимальный размер ШРИФТА выполненный ТОЛЬКО В ОДНУ КРАСКУ C/M/Y - 8 pt.

CMYK= 60C/50M/40Y/100K – Составной черный цвет (рекомендуется использовать на плашках).

Видимое изображение в готовом журнале: **259x330 мм** – блок ; **256x330 мм** – обложка.

	Растискивание растровой точки	Общее красочное покрытие
Для обложки	10-14%	До 320%
Для блока	20-22%	До 300%

Тип цветоделения: GCR; UCR.

Для цветоделения рекламного макета используйте ICC - профиль соответствующего издания (можно скачать с сайта www.imedia.ru/advertising/).

ТРЕБОВАНИЯ К ЦВЕТОПРОБАМ:

ВНИМАНИЕ!

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЦВЕТОПРОБЫ В ИЗДАНИЕ НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО.

В ОТСУТСТВИЕ ЦВЕТОПРОБЫ ПРЕТЕНЗИИ ПО ЦВЕТУ НЕ ПРИНИМАЮТСЯ!

Для проверки файлов, до изготовления печатной формы, используется адаптированная цифровая проба, изготовленная методом, отличным от офсетной печати. Адаптированная цифровая проба выполняется в цветовом пространстве CMYK/SCID в соответствии с требованиями ISO-12647-1,2:2004 в зависимости от используемого типа бумаг для последующей печати. Своим цветовым охватом и градационной характеристикой адаптированная цифровая проба имитирует только один из вариантов печатного процесса – печати на мелованной бумаге.

При изготовлении цветопроб обязательно учитывается:

- белое поле (незапечатанная бумага);
- поля 100% цветов CMYK;
- поля градаций основных цветов для 10%, 25%, 50%, 75%, 90% значений;
- поля для 200% бинарных наложений C+M, C+Y, M+Y;
- поле 300% трёхкрасочного наложения C+M+Y;
- поля цветовых балансов со значениями CMYK: 25/19/19/0, 50/40/40/0, 75/63/63/0.7
- Цветопроба и контрольные шкалы должны быть обработаны в единых условиях цветопередачи (Rendering Intents). На цветопробах должна стоять метка о типе используемого выводного устройства, используемом ICC-профиле и дате калибровки, должна быть шкала оперативного контроля Ugra/Fogra, максимальное отклонение при измерении которой должно не превышать 5 Delta E. Обязательно указание на самой пробе тех спецификаций, с учетом которых она изготовлена. Должна быть использована цветопробная база, сертифицированная к применению в качестве цветопробы одной из следующих организаций: UGRA/FOGRA, GATF, SWOP.
- Все цветопробы проходят обязательный входной контроль на цветовой охват и градации цветопередачи на соответствие требованиям ISO 12647-2:2004.

Цветные распечатки, без контрольной шкалы и информации об использованных ICC – профилях, не являются цветопробами.

ВНИМАНИЕ!

При внесении исправлений в файлы после изготовления цветопробных оттисков (корректировка цвета каких-либо элементов), данный оттиск цветопробой служить не может! Изготовление цветопробы, передаваемой в издание, возможно только после подтверждения Клиентом окончательного файла рекламного макета!

В случае несоответствия цветопроб требованиям хотя бы по одному из показателей - в работе в качестве цветоуказаний не учитываются.

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ:

В текстовых рекламных макетах (advertorial) не допускается использование: шрифтов журнала, названия рубрик журнала, верстки, похожей на верстку журнала. Яркая цветная подложка должна использоваться на весь материал, а в правом верхнем углу горизонтально и крупно (не менее 7 pt) указывается «на правах рекламы» или «реклама». Все подобные материалы принимаются к публикации только после согласования с арт-директором и издателем журнала.

Предоставляемая реклама должна отвечать положениям закона о рекламе, принятого в РФ. По требованиям Государственного Антимонопольного Комитета вся реклама должна соответствовать стандартам сертификации и лицензирования рекламируемой продукции.

В целях надлежащего исполнения Федерального закона необходимо выполнение нижеследующих условий:

- Государственный язык РФ подлежит обязательному использованию в рекламе: весь текст в макете должен быть на русском языке или необходимо наличие сноски, указывающей на русский перевод. (Исключение составляют только зарегистрированные торговые марки, слоганы и т.д.).
- В рекламе алкоголя и сигарет необходимо предупреждение, которое должно занимать не менее 10% от всей площади макета. Пример: «Минздравсоцразвития России предупреждает: курение опасно для Вашего здоровья»; «Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью».
- В рекламе лекарственных препаратов необходимо предупреждение, которое должно занимать не менее 5% от всей площади макета, а также необходимо наличие номера лицензии. Пример: «Перед применением необходимо ознакомиться с инструкцией или проконсультироваться с врачом. Имеются противопоказания».
- Рекламный макет должен содержать пометку «реклама» или «на правах рекламы» в любом месте макета шрифтом не менее 7 pt. В случае, если в макет не включена вышеуказанная фраза, ИД Independent Media СМ оставляет за собой право включить ее без согласования места и цвета шрифта (при этом ИД Independent Media исключает возможность предъявления претензий в связи с таким приведением макета в соответствие с Законом).

ВНИМАНИЕ!

Искажения и ошибки, появившиеся в публикациях рекламных макетов в результате несоблюдения настоящих технических требований и сроков подачи рекламных макетов, не могут считаться основанием для компенсации.

Галина Ковалевич
Координатор по работе с рекламодателями
Prime Traveller
Phone 232 32 00 ext. 1783
Fax 232 17 54

127018, ул. Полковая, д.3, строение1
g.kovalevich@media.ru
<http://www.imedia.ru/advertising/>