

**Формат журнала в готовом виде - 208x273мм**

Размер рекламного модуля	Обрезной формат	Дообрезной формат (по 5 мм на вылет)
2/1 (разворот)	416 x 273 мм	426 x 283 мм
1/1 (полоса)	208 x 273 мм	218 x 283 мм
1/2 горизонтальная (в полосе набора)	178x124 мм	-
2/3 вертикальная (в полосе набора)	118x254 мм	-
1/3 вертикальная	57x254 мм	-

**Материалы рекламных модулей принимаются:**

- на дисках с приложенной цветной распечаткой (Москва, 127018, Полковая д.3, стр1; макет “Бренд” в Harvard Business Review);
- 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: **5HBR\_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:** HBR

**ВНИМАНИЕ!**

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



## 1. ТРЕБОВАНИЯ К ФАЙЛАМ:

В работу принимаем: Adobe Illustrator (EPS), Adobe Photoshop (TIFF) (без LZW сжатия); InDesign версии до CS3, PDF

- С разрешением 300 dpi - CMYK и Grayscale, 1200 dpi — Bitmap.
- **С текстовыми объектами, переведенными в кривые (Create Outlines).**
- ВСЕ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ЦВЕТА ДОЛЖНЫ БЫТЬ ПЕРЕВЕДЕНЫ В ЦВЕТОВУЮ МОДЕЛЬ CMYK С УСТАНОВКОЙ ПРОЦЕССА SEPARATION И ОТКЛЮЧЕНИЕМ ОПЦИИ SPOT COLORS.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К ВЕРСТКЕ:

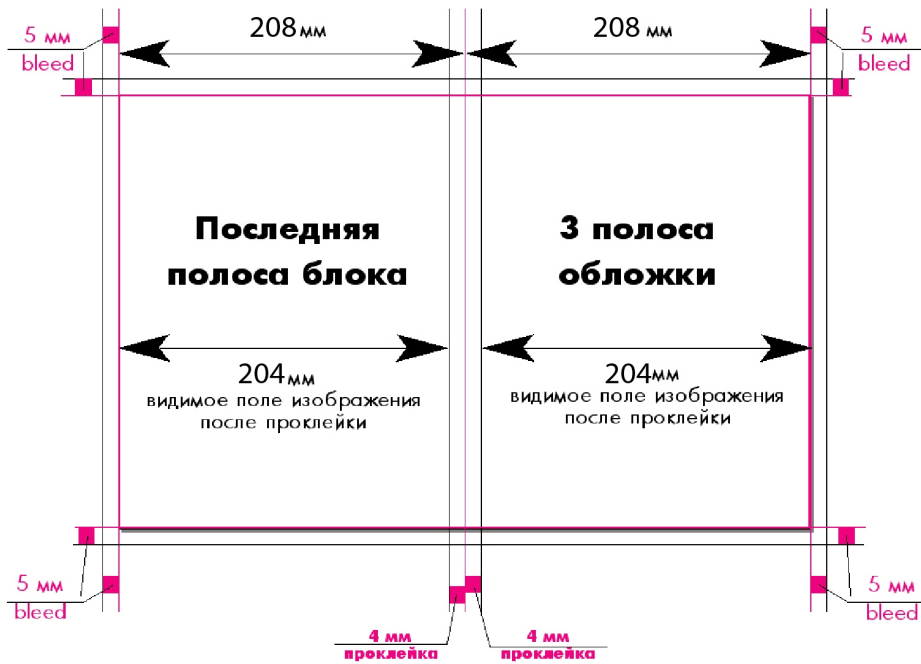
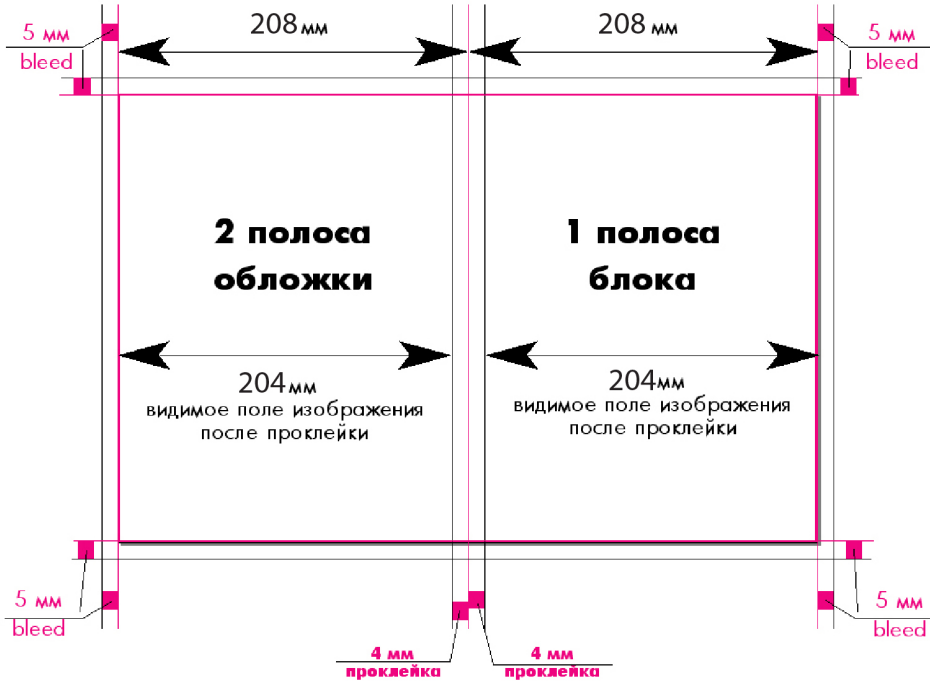
- **Верстка модуля должна строго соответствовать ФОРМАТАМ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ.**
- Все значимые элементы, находящиеся внутри полосы, должны располагаться на расстоянии не менее 5 мм от обрезного формата. При наличии рамок – расстояние не менее 8 мм от обрезного формата.
- При дизайне и верстке разворотных полос необходимо учитывать реальные возможности полиграфического оборудования.  
В случае, изготовления макета для разворота в блоке, Вы можете получить рекомендации по раздвижке у координатора службы Client Services.  
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 элементов в разворотных макетах.**
- Все текстовые объекты, используемые в публикации, должны быть переведены в кривые (Create Outlines).
- В публикации не должно быть файлов не использующихся в верстке и промежуточных результатов работы.
- **Недопустимо устанавливать опцию «overprint» на любые объекты, кроме черных (0/0/0/100 в CMYK).**
- **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.
- 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.
- **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: 204x273 мм – обложка.  
Используйте схемы при создании макета:



### 3. ПАРАМЕТРЫ ЦВЕТОДЕЛЕНИЯ:

- Суммарное красочное покрытие (Total ink) для обложки и блока – 300 %.
- Для цветodelения рекламного макета используйте ICC – профиль (ISOcoated\_v2\_300\_eci.icc)
- <http://www.imedia.ru/advertising/hbr.php>
- Также, Вы можете сделать запрос по почте [n.shkanaeva@imedia.ru](mailto:n.shkanaeva@imedia.ru)

### 4. ТРЕБОВАНИЯ К ЦВЕТОПРОБАМ:

**ВНИМАНИЕ!**  
**ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЦВЕТОПРОБЫ В ИЗДАНИЕ НЕОБЯЗАТЕЛЬНО.**  
**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 градиционной 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, GATE, 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.

ИД Саномы Индепендент Медиа не занимается изготовлением цветопроб.

В случае, если Вам необходима эта услуга, координатор службы Client Services может подсказать контакты репроцентра, где проводится предпечатная подготовка данного издания.

#### 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!

Цветопроба, несоответствующая требованиям хотя бы по одному из показателей, в качестве цветоуказаний не учитывается.

В случае отсутствия цветопробы, печать производится по Денситометрическим нормам печатания в соответствии с ISO 12647-2 (2004).



## 5. 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». А также, на пачках сигарет необходима надпись «Курение убивает».

**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».

**В рекламе лечебных учреждений** необходима пометка, которая должна занимать не менее 5% от всей площади макета, а также необходимо наличие номера лицензии. Пример: «О возможных противопоказаниях проконсультируйтесь со специалистом».

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 Sanoma Independent Media оставляет за собой право включить ее без согласования места и цвета шрифта (при этом ИД Sanoma Independent Media исключает возможность предъявления претензий в связи с таким приведением макета в соответствии 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.

*Если у Вас возникнут вопросы, пожалуйста, свяжитесь со мной.*

С уважением,  
Наталия Шканаева  
Координатор по работе с рекламодателями  
Harvard Business Review  
Phone 232 32 00 ext. 1202  
Fax 232 17 54  
127018, ул. Полковная, д.3, строение1  
[n.shkanaeva@imedia.ru](mailto:n.shkanaeva@imedia.ru)