

Формат журнала в готовом виде 172x220 мм.

ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

Размер рекламного модуля		Обрезной формат	Дообрезной формат (по 5 мм на вылет)
2/1 (разворот)		344 x 220 мм	354 x 230 мм
1/1 (полоса)		172 x 220мм	182 x 230 мм
1 / 2	горизонтальная	172 x 110 мм	182 x 120 мм
	вертикальная	86 x 220 мм	96 x 230 мм
1 / 3	вертикальная	58 x 220 мм	68 x 230 мм
1 / 4	(в полосе набора)	70x90 мм	

1. ТРЕБОВАНИЯ К ФАЙЛАМ:

- 1) В работу принимаем: Adobe Illustrator (EPS), Adobe Photoshop (TIFF) (без LZW сжатия); InDesign версии не выше CS6, PDF v 1.4
- 2) С разрешением не меньше 300 dpi
- 3) Все предоставляемые материалы должны быть в цветовой модели CMYK
- 4) С установкой процесса Separation и отключением опции Spot Colors
- 5) С текстовыми объектами, переведенными в кривые (Create Outlines)
- 6) Все материалы должны сопровождаться превью в JPEG
- 7) Названия файлов должны содержать только латинские буквы и цифры
- 8) Мы не рекомендуем предоставлять весь макет в виде растрового файла, так как это может ухудшить качество мелкого текста в макете, однако при несоблюдении некоторых пунктов настоящих технических требований мы будем вынуждены зарастрировать макет в формат TIF по умолчанию, если это будет необходимо.

ВНИМАНИЕ!

Проверяйте предоставленный макет на целостность растровых изображений в коллекте, во избежание возможных проблем при печати макета в типографии (например, наличие тонких белых полос, проявляющихся при печати файла в журнале или отсутствие подлинкованных элементов на печатном макете и т. д.)

2. ТРЕБОВАНИЯ К ВЕРСТКЕ:

- 1) Верстка модуля должна строго соответствовать форматам рекламных публикаций
- 2) Макет разворота должен содержать две страницы, соответствующие формату издания (в названии должно быть указано «левая» и «правая» стороны)
- 3) При наличии нескольких макетов, идущих последовательно, в названии должно быть указано «1» и «2» файлы (в соответствии с задуманной последовательностью макетов)

4) Все элементы, находящиеся внутри полосы, должны располагаться на расстоянии не менее 5 мм от обрезного края и корешка, а **важные** элементы (адресный блок, логотип, слово реклама) не менее 10 мм

5) При наличии рамок – не менее 8 мм от обрезного края и корешка

6) В файле все слои должны быть объединены в один

7) Не должно быть отключенных слоев

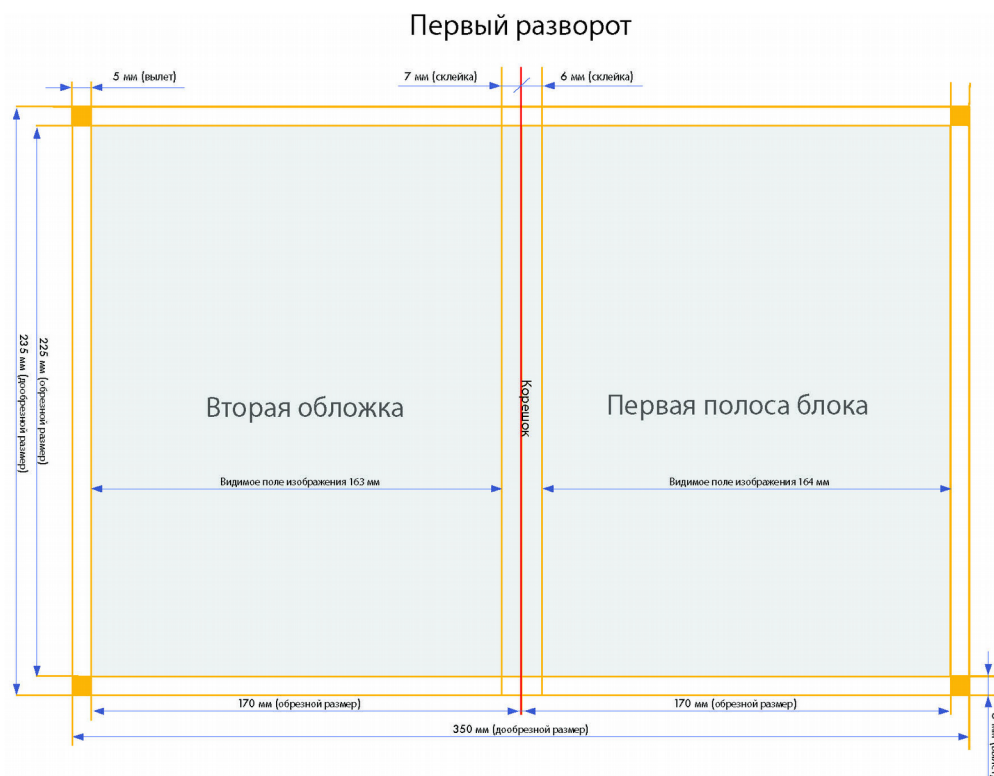
8) В файле должно быть четкое обозначение границ макета

9) При дизайне и вёрстке разворотных полос необходимо учитывать реальные возможности полиграфического оборудования. Поэтому не рекомендуется использование тонких линий, значимых объектов и портретов, совмещаемых на развороте, а также попадание текста на корешковый фальц.

Существует понятие раскрываемости блока и полезной площади внутренних полос. В зависимости от места расположения разворота в блоке, толщины конкретного номера и специфики макета, иллюстрация, попавшая в корешок, может визуально искажаться. При полном раскрытии издания разворотная иллюстрация совмещается (с учетом погрешностей на фальцовку +/- 3мм), поэтому у типографии нет рекомендаций по раздвижке, если все таки необходим расстав, используйте раздвижку по своему усмотрению!

ВНИМАНИЕ! при несоблюдении пункта № 9 издание не несет ответственности за стандартные полиграфические несовмещения элементов в разворотных макетах

При создании макета **для первого разворота** используйте схему:



При создании макета в блок

Типография рекомендует менять величину раздвижки разворотов в блоке, в зависимости от расположения макета в журнале по следующей таблице.

При необходимости, уточняйте раздвижку в блок, для конкретного разворота, в зависимости от его местоположения в журнале, у менеджера.

Объем издания	Роспуск полос				
	5+5	3,5+3,5	2+2	3,5+3,5	5+5
V	C 2 по 19 полос у (2-19)	C 20 по 31 полуосу	C 32 по (V - 31) полос у	C (V - 30) по (V - 19) полос у	C (V - 18) по (V - 1) полос у

10) Недопустимо устанавливать опцию «overprint» на любые объекты, кроме черных (0/0/0/100 в CMYK), следует внимательно следить за использованием данной опции, тк в типографии она автоматически отключается для всех красок, кроме черного и надпись с использованием «overprint» исчезнет при печати, несмотря на то, что в самом файле она отображается

Если в файле всё-таки специально используется опция «overprint», то его необходимо сопроводить дополнительным информационным письмом о включении этой функции в файл. Только при наличии данного письма технический специалист оставит опцию включенной

11) Файлы не должны содержать элементы с прозрачностью

12) Недопустимо сохранение в файлах неиспользуемых путей обтравок и дополнительных каналов (Path и Alpha Channel), также недопустимо использование дополнительных слоев

1 pt (~ 0,36 мм)

13) Монохроматические линии 100% основных цветов – 0,08 мм, или 0,25 pt

14) Линии двойного и тройного наложения – 0,10 мм, или 0,35 pt

15) Линии вывороткой по монохроматическим 100% плашкам или по составным плашкам с применением треппинга – 0,10 мм или 0,35 pt

16) Минимальный размер шрифта для прямого изображения (100% black) - 6 pt

17) Black overprint – текст не более 12 pt

18) Минимальный размер шрифта для выворотного изображения (белым по черному) - 9 pt

19) Минимальный размер ШРИФТА, выполненный ТОЛЬКО В ОДНУ КРАСКУ C/M/Y- 8 pt

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

21) При создании макета для инсера, изготовлением которого занимается Independent Media, необходимо использовать те же требования, что и для создания стандартного макета.

При наличии дополнительных послепечатных процессов материалы должны содержать отдельные файлы на каждый вид обработки (тиснение, лакирование, вырубка и т. д.). Для обозначения области лакировки или тиснения необходимо использовать **ТОЛЬКО векторные** объекты со 100% заливкой black

При лакировании существует допуск на совмещение 0,5 мм. Поэтому при необходимости гарантированного покрытия лаком требуемого объекта на макете увеличьте зону лакирования на 0,5 мм

22) При создании готового инсера, используйте технические требования для «готовых инсеров»

3. ПАРАМЕТРЫ ЦВЕТОДЕЛЕНИЯ:

Суммарное красочное покрытие (Total ink) для обложки и блока – 300 %.

Для цветоделения рекламного макета используйте ICC – профиль **PSO_LWC_Improved_eci.icc (FOGRA 45)** (для макетов в блок и на обложку)

Цветовой профиль вы можете скачать по ссылке <http://www.imedia.ru/advertising/cosmo-beauty.php> или запросить у координатора издания

Макет и ВСЕ ВНЕДРЕННЫЕ КАРТИНКИ должны иметь соответствующий профиль для блока/обложки, сумма красок не должна превышать 300%

Следует внимательно следить за использованием верного цветового профиля в макете, так как профиль в финальном файле должен быть отключен и технический специалист может проверить только отсутствие превышения красочности, но не примененный профиль

ICC профили не встраиваются в файлы

4) Файлы должны быть предоставлены в соответствии с дедлайнами издания и выложены на FTP или присланы на диске /по email

Реквизиты FTP-сервера:

ftp://ad:pokazuka@ftp.imedia.ru
HOST: ftp.imedia.ru
USERNAME: ad
PASSWORD: pokazuka

FOLDER: CosmoBeauty

4. ТРЕБОВАНИЯ К ЦВЕТОПРОБАМ:

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЦВЕТОПРОБЫ В ИЗДАНИЕ НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО.
ПРИ ОТСУТСТВИИ ЦВЕТОПРОБЫ ИЛИ ПРИ НАЛИЧИИ ЦВЕТОПРОБЫ, НЕ
СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ТТ, ПРЕТЕНЗИИ ПО ЦВЕТУ НЕ ПРИНИМАЮТСЯ!

1) 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.

2) 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).

3) 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.

- 4) Все цветопробы проходят обязательный входной контроль на цветовой охват и градации цветопередачи на соответствие требованиям ISO 12647-2:2004.
- 5) Цветные распечатки, без контрольной шкалы и информации об использованных ICC – профилях, не являются цветопробами.
- 6) Цветопроба должна быть сделана из тех файлов, которые будут предоставлены в типографию
- 7) Обращаем внимание, что стандартная цветопроба имитирует стандартный печатный процесс. В случае размещения рекламы на вклейке с использованием нестандартного печатного процесса (лакировка, использование дополнительных красок, печать на кальке, фольге и т.п.), цветопроба дает только приблизительное представление о цвете и не регламентируется промышленными стандартами, в связи с этим возможно несоответствие цвета рекламы, вышедшей в журнале и цветопробы
- 8) Цвета в напечатанном макете без присланной цветопробы могут отличаться от ожидаемых

ИД Independent Media не занимается изготовлением цветопроб!

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

5. ТРЕБОВАНИЯ К МАКЕТАМ С ПРИКЛЕЙКОЙ НА ПОЛОСУ В БЛОКЕ:

- 1) ВМЕСТЕ С МАКЕТОМ, НЕОБХОДИМО ПРЕДОСТАВЛЯТЬ СХЕМУ ПРИКЛЕЙКИ
- 2) зона приклейки пакетика ограничена, место расположения пакетика на макете утверждается ДОПОЛНИТЕЛЬНО, ОДНАКО НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ БЛИЖЕ 20 ММ ОТ КОРЕШКА И ЛЮБОГО ИЗ ОБРЕЗОВ;
- 3) Если с пробниками на тест не предоставляется схема приклейки, ТО ПОСЛЕ ЕЕ ПОЛУЧЕНИЯ, ТИПОГРАФИЯ МОЖЕТ ВНЕСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ КОММЕНТАРИИ ПО ПРИКЛЕЙКИ ПРОБНИКОВ

6. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ:

- 1) 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.
- 2) 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. Перед отправкой файла в издание проверьте содержание макета на соответствие закону о рекламе РФ!

Рекламодатель самостоятельно несет ответственность за соответствие рекламных материалов требованиям Российского законодательства в области рекламы.

3) Рекламный макет должен содержать пометку «**реклама**» или «**на правах рекламы**», которая должна находиться в «безопасной» зоне макета (не ближе 10 мм от края реза и корешка) и быть не менее 7 pt.

4) Пометка должна быть яркой, видимой и хорошо читаемой !

5) При изготовлении макета для инсера слово реклама необходимо поставить с двух сторон

В случае, если в макет не включена вышеуказанная фраза, ИД Independent Media оставляет за собой право включать 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.