

Esquire

Формат журнала в готовом виде **200 x 276 мм**

Форматы рекламных публикаций:

Размер рекламного модуля	Обрезной формат	Дообрезной формат (по 5 мм на вылет)
2/1 (разворот)	400 x 276 мм	410 x 286 мм
1/1 (полоса)	200 x 276 мм	210 x 286 мм

К обрезному размеру необходимо добавить по 5 мм фоновой иллюстрации с каждой стороны “на вылет”.

Для создания макетов на гейтфолд и 1-й разворот после гейтфолда необходимо запросить схемы у координатора издания.

Размеры отличаются от стандартного разворота.

Раздвижка на 1-й разворот - 6+5 мм!

1. ТРЕБОВАНИЯ К ФАЙЛАМ:

В работу принимаем: Adobe Illustrator (EPS), Adobe Photoshop (TIFF) (без LZW сжатия); InDesign версии не выше CS6, PDF v 1.4 и с разрешением не меньше 300 dpi.

1. Проверяйте качество встраиваемых картинок в макете, так как журнал печатается стохастикой;
2. Способ крепления для журнального блока - клеевое бесшвейное;
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 Jpg;
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, однако при несоблюдении некоторых пунктов настоящих технических требований мы будем вынуждены зарастрировать макет в формат TIFF по умолчанию, если это будет необходимо.

ВНИМАНИЕ!

Проверяйте предоставленный макет на целостность растровых изображений в коллетке 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 «Left» и «Right» стороны);

3. При наличии нескольких макетов, идущих последовательно, в названии должно быть указано «1» и «2» файлы (в соответствии с задуманной последовательностью макетов);
4. Если для вас важно, чтобы макет был расположен исключительно на левой или правой сторонах в журнале, файлы должны быть названы соответственно (Left/Right);
5. Все элементы, находящиеся внутри полосы, должны располагаться на расстоянии не менее 5 мм от обрезного края и корешка;
6. При наличии рамок – не менее 10 мм от обрезного края и корешка;
7. В файле все слои должны быть объединены в один;
8. Не должно быть отключенных слоев;
9. В файле должно быть четкое обозначение границ макета;
10. 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;
11. 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), информацию по раздвижке вы можете получить у координатора издания.

ВНИМАНИЕ!

При несоблюдении пункта №10 издание не несет ответственности за стандартные полиграфические несовмещения элементов в разворотных макетах.

12. Недопустимо устанавливать опцию «overprint» на любые объекты, кроме черных (0/0/0/100 в СМУК), следует внимательно следить за использованием данной опции, так как 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 специально используется опция «overprint», то его необходимо сопроводить дополнительным информационным письмом о включении этой функции в файл. **Только при наличии данного письма** технический специалист в типографии оставит опцию включенной.

13. Файлы не должны содержать элементы с прозрачностью;

14. Следует учесть при дизайне оригинал макета, что текст, наложенный на фон разной красочности, после треппинга может выглядеть разной толщины.

Типография оставляет за собой право, в случае технологической необходимости, применить треппинг без уведомления Заказчика.

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

1 pt (~ 0,36 мм)

16. Монохроматические линии 100% основных цветов – 0,08 мм, или 0,25 pt;

17. Линии двойного и тройного наложения – 0,35мм, или 1 pt;

18. Линии вывороткой по монохроматическим 100% плашкам-или по составным плашкам с применением треппинга – 0,10 мм или 0,35 pt;

19. Минимальный размер шрифта для прямого изображения (100% black) - 6 pt;

20. Black overprint – текст не более 12 pt;

21. Минимальный размер шрифта для выворотного изображения (белым по черному) - 9 pt;

22. Минимальный размер ШРИФТА, выполненный ТОЛЬКО В ОДНУ КРАСКУ
С/М/У- 8 pt;

23. СМУК= 60С/50М/40У/100К – Составной черный цвет (рекомендуется использовать на плашках);

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

3. ПОДГОТОВКА ФАЙЛОВ ДЛЯ СЛОЖНЫХ ИНСЕРТОВ (тиснение, лакировка, вырубка, перфорация):

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 0,3-0,5 мм. Поэтому при необходимости гарантированного покрытия лаком требуемого объекта на макете увеличьте зону лакирования на 0,5 мм.

Точность совмещения трафаретного УФ-лака с печатным сюжетом составляет $\pm 1,5$ мм, поэтому не рекомендуется лакировать объекты с минимальным размером 2,0-3,0 мм.

Элементы тиснения:

Не должны повторять отпечатанные элементы изображения. Минимальная толщина линии для горячего тиснения фольгой — 0,1 мм. Минимальная толщина линии для конгревного тиснения — 0,5 мм. Минимальное расстояние между двумя соседними линиями — 0,3 мм.

Для обозначения линии вырубки или перфорации необходимо использовать только векторные линии.

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

Если макет идет на обложку, проследите, чтобы весь текст в файле располагался не ближе 7-10 мм от корешка, так как часть фона уйдет в склейку и текст может попасть в зону «риска».

4. ПАРАМЕТРЫ ЦВЕТОДЕЛЕНИЯ:

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

1. Для цветоделения рекламного макета в блок и обложку используйте ICC -

ISOcoated_v2_300_eci.icc

2. 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.

3. 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: Esquire

5. ТРЕБОВАНИЯ К ЦВЕТОПРОБАМ:

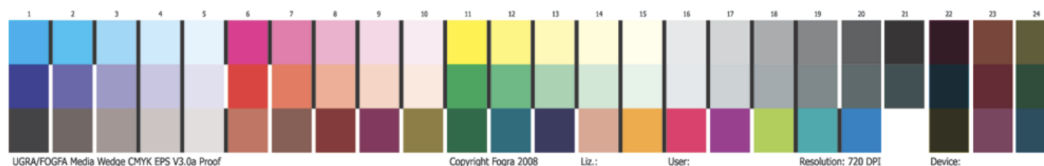
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЦВЕТОПРОБЫ В ИЗДАНИЕ НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО.

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.
2. Своим цветовым охватом и градационной характеристикой адаптированная цифровая проба имитирует только один из вариантов печатного процесса – печати на мелованной бумаге.
3. Предоставляемая цветопроба должна содержать отчет изготовителя о величинах отклонений по результатам проверки на соответствие Fogra (Media Standard Print 2006).
4. На цветопробах должна стоять метка о типе используемого выводного устройства, используемом ICC-профиле и дате калибровки, должна быть шкала оперативного контроля Ugra/Fogra.
5. Обязательно указание на самой пробе тех спецификаций, с учетом которых она изготовлена.
6. Должна быть использована цветопробная база, сертифицированная к применению в качестве цветопробы одной из следующих организаций: UGRA/FOGRA, GATF, SWOP.
7. Все цветопробы проходят обязательный входной контроль на цветовой охват и градации цветопередачи на соответствие требованиям **ISO 12647-7:2013**.
8. Цветные распечатки, без контрольной шкалы и информации об использованных ICC – профилях, не являются цветопробами.



Рис.1. Тестовая шкала UGRA/FOGRA MediaWedge v.2.0.



- При сравнении печатных оттисков с цветопробой всегда нужно учитывать следующие факторы:
- сравнение оттиска с цветопробой должно проводиться при нормированном освещении (D 50);
 - если цветопроба получена без учета требований к предоставляемым материалам, тиражный оттиск может заметно отличаться по цветовым показателям от цветопробного;
 - цветопроба не может абсолютно точно моделировать печатный процесс;

9. Цветопроба должна быть изготовлена в 100% масштабе.
10. **Цветопроба должна быть сделана в том же профиле, что и сам файл, присланный для печати.**
11. Цветопроба должна быть сделана из тех файлов, которые будут предоставлены в типографию.
12. 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.

Критерии	Допуск
----------	--------

Отклонение dE *ab от первичных цветов СМУК	>5
Отклонение dH (цветового тона краски)	>2,5
Отклонение dE *ab печатной основы	>3
Среднее отклонение dE *ab остальных полей, включая поля баланса по серому	>3 max <6
Среднее отклонение dH полей баланса по серому	>1,5
Среднее отклонение ΔE^*_{ab} полей, находящихся за пределами шкалы цветового охвата,	>4
Максимальное отклонение полутоновых значений растровых полей первичных цветов СМУК (растискивание)	>3%

13. 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.

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 7-10 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 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).

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.