

Техническая спецификация на оригинал-макеты Рекламы, размещаемые в Журналах Исполнителем 2023

1. ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ ПОЛОС:

1/1 Полоса:

Обрезной формат: 210 мм x 275 мм (навылет: 220 мм x 285 мм)

2/1 Первый разворот: вторая обложка – первая страница

Обрезной формат: 420 мм x 275 мм (навылет: 430 мм x 285 мм)

**Раздвижка для первого разворота. При склеивании второй обложки и первой страницы блока в типографии разворот теряет 8 мм. Они уходят в склейку. Макет необходимо готовить пополосно с учетом заклейки. Для этого линию стыка изображения необходимо раздвинуть из середины разворота - для 2 полосы обложки на 4 мм в левую сторону от корешка, для 1 полосы блока на 4 мм в правую сторону от корешка:*

***Раздвижку для второго и последующих разворотов рекомендуется делать по 3 мм на каждой полосе, если значимые элементы макета попадают в корешок*

Внимание! При наличии обложечного клапана (необходимо уточнить в отделе производства ИД) формат первого разворота следующий:

Обрезной формат: 417 мм x 275 мм (навылет: 427 мм x 285 мм)

Из них обрезной формат второй обложки - 207 мм x 275 мм,

обрезной формат первой страницы блока - 210 мм x 275 мм

2/1 Разворот

Обрезной формат: 420 мм x 275 мм (навылет: 430 мм x 285 мм) (Каждая полоса выводится отдельно*)

1/2 Обрезной формат:

Горизонтальная: 210 мм x 137 мм (Навылет: + 5 мм)

Вертикальная: 105 мм x 275 мм (Навылет: + 5 мм)

2/3 Обрезной формат:

Вертикальная: 140 мм x 275 мм (Навылет: + 5 мм)

1/3 Обрезной формат:

Вертикальная: 70 мм x 275 мм (Навылет: + 5 мм)

Горизонтальная: 210 мм x 92 мм (Навылет: + 5 мм)

ОБЛОЖЕЧНЫЙ ГЕЙТФОЛД

Обрезной размер 412 x 275 мм (дообрезной размер – 422 x 285 мм),

обрезной размер левой части – 207 мм, правой (клапана) – 205 мм.

На левой полосе с левой стороны, вдоль корешка, необходимо предусмотреть белую полосу шириной 3 мм.

Должен быть сверстан одним блоком, без дробления на полосы.

Внимание! Размеры и расположение 1/2 и 1/3 обязательно предварительно уточнить в редакции!

2.1. ВАРИАНТЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ИСПОЛНИТЕЛЮ:

• по электронной почте: bezdenzhnykh@forbes.ru

– в названии файлов допускается использовать только буквы латинского алфавита и цифры;

– материалы принимаются с приложенными файлами pdf или jpg;

2.2. ПРИНИМАЕМЫЕ ФОРМАТЫ ФАЙЛОВ:

– Adobe InDesign версии CS6 (см. п. 1, п. 2, п. 6);

– Adobe Illustrator версии CS6 в формате AI, PDF (см. п. 1, п. 3, п. 6);

– Adobe Photoshop в формате TIFF, PSD (см. п. 1, п. 4, п. 6);

Принимаются только PDF-файлы, выполненные по требованиям типографии (см. п. 3.1, п. 3.5, п. 3.6).

3. ТРЕБОВАНИЯ К ПРИНИМАЕМЫМ ФАЙЛАМ:

3.1 ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАКЕТАМ:

– Макеты, идущие разворотом, должны быть сверстаны пополосно;

– Реклама должна быть выполнена в соответствии с требованиями Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ, включая, но не ограничиваясь, требованиями, установленными в п. 3.9 настоящих Технических требований;

– Рекламный макет не должен по форме напоминать редакционную страницу Журнала;

– в Рекламном макете должна присутствовать хорошо читаемая надпись “реклама” или “на правах рекламы”, размер кегля не менее 8 pt;

– Рекламный макет должен иметь по 5 мм обрезных полей с каждой стороны полосы (Bleed=5 mm);

– все значимые элементы в Рекламном макете должны располагаться от обреза не менее чем на 5 мм;

– Рекламный макет не должен содержать никакой служебной информации на полях (обрезные метки, сводные кресты, название файла и т.п.) и лишних боксов;

– ограничение суммарного красочного покрытия для всех СМΥК объектов зависит от параметров цветоделения конкретного издания.

3.2 ТРЕБОВАНИЯ К ВЕКТОРНЫМ ФАЙЛАМ:

- все растровые объекты в векторных файлах должны быть встроены и соответствовать требованиям, предъявляемым к растровым файлам (см.п. 3.3);
- цветовая модель документа CMYK, использование Spot Color не допустимо;
- шрифты должны быть переведены в кривые.

3.3 ТРЕБОВАНИЯ К РАСТРОВЫМ ФАЙЛАМ:

- растровые цветные изображения должны быть в цветовом охвате CMYK и поделены рекомендованными типографией профилями;

<http://1pk.ru/equipment/technical-requirements>

Рекомендованный ICC-профиль – ISO coated v2 300 (ECI)

http://1pk.ru/assets/images/ISOcoated_v2_300.zip

- рекомендуемое разрешение 300 dpi для CMYK и Grayscale, 600-1200 dpi для Bitmap и контурных объектов;
- в файле должны быть удалены неиспользуемые обтравки и альфа-каналы.

3.4.ТРЕБОВАНИЯ К ГОТОВЫМ PDF-файлам:

- PDF-файл должен соответствовать спецификации PDF/X–1a:2003;
- версия PDF не выше 1.3 (Acrobat 4.0);
- размер файла должен быть: обрезной формат Журнала + по 5 мм под обрез с каждой стороны полосы;
- Рекламный макет не должен содержать никакой служебной информации на полях (обрезные метки, сводные кресты, название файла и т.п.);
- в PDF должны быть включены все используемые шрифты;
- PDF может быть получен как путем дистиллирования PS-файла в программе Acrobat Distiller с настройками типографии, так и путем прямого экспорта из программы верстки InDesign.

3.5 ТРЕБОВАНИЯ ТИПОГРАФИИ К ЭЛЕМЕНТАМ ДИЗАЙНА:

- Рекламные макеты, идущие разворотом, должны быть сверстаны пополосно;
- минимально допустимая толщина одноцветной линии 0,25 pt, состоящей более чем из одного цвета – 0,5 pt (при максимальных допусках несочетания, при печати многоцветной линии менее 0,5 pt из одной линии может получиться несколько отдельных);
- минимально допустимая толщина белой линии 1 pt;
- минимально допустимый шрифт цвета Black 6 pt;
- минимально допустимый белый шрифт, идущий по плашке составного цвета или иллюстрации, 8 pt;
- черный текст меньше 12 pt должен быть покрашен 100% Black и идти Overprint;
- для черных плашек и текста свыше 12 pt рекомендуем использовать составной черный CMYK с содержанием Black не выше 99%;
- не допускается использование опции Overprint на объектах белого цвета, так как это автоматически делает объекты непечатаемыми;
- рекомендуем осторожно использовать различные опции прозрачности для объектов, так как, к примеру, эмуляция опции Overprint в различных программах не всегда совпадает с реальностью при печати;
- компоновку растровых и векторных частей макета желательно производить в программе верстки InDesign.

3.6. ТРЕБОВАНИЯ К ЦВЕТОПРОБАМ:

Для контроля цвета в типографии Заказчиком может быть предоставлена цифровая отвечающая условиям печати цветопроба.

- цветопроба должна имитировать офсетную печать согласно стандарту ISO 12647-2:2004;

3.7. ТРЕБОВАНИЯ К ТЕКСТОВЫМ МАКЕТАМ для журнала Forbes:

1. Реклама считается текстовой, если текст занимает более 25% площади рекламы;
 2. Для макетов, состоящих из текстовой верстки, необходимо предусмотреть цветовую подложку плотностью не менее 13% тона на весь формат полосы;
 3. В макете обязательно наличие надписи «реклама» или «на правах рекламы», которая должна быть выполнена в соответствии со следующими требованиями:
 - надпись “реклама” или “на правах рекламы” выполнена шрифтом не менее 12 pt. и хорошо читаема.
 - межбуквенная разрядка и межсловные пробелы а надписи “реклама” не допускаются.
 - если фон макета под надписью менее 30% оптической плотности — цвет надписи «реклама» или «на правах рекламы» должен быть K100%, если фон макета - более 30% оптической плотности, то цвет надписи «реклама» или «на правах рекламы» — белый (0%)
 - ни один элемент макета не должен размещаться к надписи «реклама» или «на правах рекламы» ближе, чем на 5 мм, а надпись «на правах рекламы» не может быть расположена к обрезу полосы и линии корешка ближе, чем на 8 мм.
 - расположение надписи «реклама» или «на правах рекламы» на фотографии, используемой в макете – не допускается.
 - макет на разворот должен быть маркирован надписью « на правах рекламы» на обеих полосах.
 4. Не допускается использование шрифтов и стилей и других элементов дизайна схожих с версткой журнала, в который готовится макет.
 5. Рекламный макет должен соответствовать требованиям законодательства о рекламе, в том числе нормам ФЗ от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
- В рекламе должен быть четко определен объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.
6. Издательский дом оставляет за собой право выдвинуть дополнительные требования к присланным текстовым макетам.

3.8. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАКЕТАМ, СОДЕРЖАЩИМ РЕКЛАМУ АЛКОГОЛЯ, БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК И ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК, ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ И МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ:

Согласно ФЗ О рекламе от 13 марта 2006 года №38–ФЗ, (ст. 21, 22, 23, 24 указанного закона):

- реклама алкогольной продукции, пива должна сопровождаться предупреждениями: “чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью” и быть не менее 10% рекламного пространства;
- реклама лекарственных средств, медицинских услуг, методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться надписью «Имеются противопоказания. Ознакомьтесь с инструкцией по применению или получите консультацию специалиста»/ “Получите консультацию специалиста по оказываемым услугам и возможным противопоказаниям” и быть не менее 5% рекламного пространства;
- реклама биологически активных добавок и пищевых добавок должна сопровождаться надписью «Не является лекарством” и быть не менее 10 % рекламного пространства.

Ответственность за содержание Рекламы и ее соответствие законодательству несет Заказчик.

3.9. ТРЕБОВАНИЯ К СПЕЦПРОЕКТАМ:

Внимание! Образцы вложений предоставляются заранее для тестирования типографией.