

## ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРИГИНАЛ-МАКЕТАМ РЕКЛАМЫ

### 1. ПАРАМЕТРЫ И ЗДАНИЯ

Обрезной формат — 240x315 мм. Дообрезной формат 250 мм (ширина) x 325 мм (высота).

Печать в 4 краски, на матовой бумаге UPM Finesse Premium Silk плотностью 100 г/м<sup>2</sup> (блок) и полуматовой бумаге Galerie Art Silk плотностью 250 г/м<sup>2</sup> (обложка, с последующим покрытием матовым лаком).

#### 1.1. Размеры макета на 1 полосу (1/1)

- Обрезной размер: 240 мм (ширина) x 315 мм (высота).

При верстке на разворот размер 1 полосы публикации не изменяется.

- Минимальный размер до обрезки: 250 мм (ширина) x 325 мм (высота).

#### 1.2. Максимальная область набора

- Размещение текста и принципиально значимых частей изображения производится не ближе чем в 10 мм от обрезного края и корешка.
- Поле изображения (иллюстрации, подложки, плашки и т. д.), выходящего за пределы обрезного формата («навылет»), должно быть не менее 5 мм.

**ВНИМАНИЕ:** Макеты принимаются без обрезных меток (крестов)

### 2. ФАЙЛЫ ДЛЯ ПЕРЕДАЧИ ОРИГИНАЛ-МАКЕТОВ

Оригинал-макеты рекламы принимаются в виде файла или комплекта файлов, запакованных в один архив формата SIT, ZIP или RAR.

#### 2.1. Имена файлов

- Имя файла не должно превышать 32 знаков.
- В имени файла могут использоваться только латинские буквы a-z и цифры 0-9.
- Для разделения слов и знаков должен использоваться знак подчеркивания «\_», использование других знаков для разделения не допускается.
- Имя файла должно содержать в себе год и месяц выхода публикации, название издания (можно в сокращенной форме), например: 2014\_6\_CITYMAG\_brand.sit. Месяцем выхода считается первый месяц обозначения номера издания, например, для «июнь-июль» — 6.

#### 2.2. Комплекты файлов

- Принимаются файлы вёрстки в формате Adobe InDesign (в версиях до CC включительно) для платформ Apple и PC со шрифтами OpenType.
- Растровые изображения необходимо подготовить в программе Adobe Photoshop (в версиях до CC включительно) в виде TIFF-файла с окончательным разрешением не менее 300 dpi в 100% размере без использования компрессий и лишних альфа-каналов.
- Цветовое пространство растровых и векторных изображений — только CMYK. Цветоделение должно быть выполнено по ICC-профилю ISOcoated\_v2\_300\_esci.icc. Включение цветового профиля в файл обязательно.
- Обтравки необходимо сохранять в виде замкнутого пути (path). Путь должен иметь латинское название.
- Векторную графику необходимо подготовить в программе Adobe Illustrator (в версиях до CC включительно) в виде EPS-файла. Все шрифты должны быть переведены в кривые.
- EPS должен быть сохранён в той версии Adobe Illustrator, в которой производилась работа с файлом.

**ВНИМАНИЕ:** не допускается использование шрифтовых эффектов и обтравочных контуров, сделанных с помощью программ верстки. EPS-файлы, экспортированные из Adobe InDesign или QuarkXPress, в работу не принимаются. Макеты, созданные в этих программах, необходимо преобразовать («напечатать») в файл PDF версии 1.3 стандарта PDF/X-1a:2001 или PDF/X-1a:2003.

### **3. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ВЕКТОРНЫМ ФАЙЛАМ**

Нежелательно встраивать растровые изображения в EPS-файлы Adobe Illustrator. Если без этого невозможно обойтись, встроенные изображения (embedded images) должны иметь разрешение не менее 300 dpi.

Использование полупрозрачных векторных элементов оформления должно быть отмечено на распечатке.

#### **3.1. Количество красок**

- Суммарное количество красок (total ink limit) в любом элементе не должно превышать 310%, для больших по площади черных плашек не должно превышать 300% (рекомендуется 240% — суперблэк 60:40:40:100, оптимальный по стабильности нейтрального оттенка и максимально достижимой низкой яркости без ущерба для остальных оттенков в печати).

#### **3.2. Минимальные размеры элементов**

- Минимальный гарантируемый «читаемый» кегль — 6 пунктов. При воспроизведении шрифта совмещением нескольких триадных красок — 8 пунктов.
- Минимальная толщина линии — 0,25 пункта, тонкие цветные элементы, воспроизводимые совмещением нескольких триадных красок — не мене 0,5 пункта.
- Не рекомендуется использовать линии с атрибутом Hairline, т.к. на различных выводных устройствах они выводятся по-разному.

#### **3.3. Детали вывороткой**

- Текст с вывороткой желателно делать по векторному фону, состоящему из минимального количества красок. Крайне нежелательно использование вывороток по растровому изображению.
- При наличии текста с вывороткой минимальный гарантируемый «читаемый» кегль по однородному векторному фону — 7 пунктов.
- Минимальная толщина линии с вывороткой — 0,75 пункта.

#### **3.4. Элементы черного цвета**

- Элементы 0:0:0:100 цвета при любых дизайнерских установках будут всегда выведены overprint. Если черному необходимо задать атрибут knockout — использовать для мелких элементов «рецептуру» 1:1:1:100 или 0:0:0:99, для крупных плашечных элементов — «глубокий черный» 60:40:40:100.
- Нежелательно превышение суммарного кол-ва красок для суперчерных плашек или иная балансировка триадных красок, нежели 60:40:40:100.
- Нежелательны черные плашки black only — 0:0:0:100.

#### **3.5. Треппинг**

- Треппинг выполняется нами в PDF для типографии на основе индивидуально согласованной с типографией политикой отработки треппинга. Рекомендуем не использовать возможности треппинга при макетировании. Претензии по различной отработке оверпринтов между типографией и сторонней цветопробой не принимаются.

#### **4. Передача рекламных материалов**

- На цифровом носителе с USB-интерфейсом или через интернет путём загрузки файла в публичное или частное облачное хранилище с предоставлением индивидуальной ссылки для скачивания.
- Редакция оставляет за собой право на запрос цветной распечатки рекламной публикации, подписанной в печать, а масштабе 1:1, с указанием даты выхода в издании. Распечатка должна соответствовать электронной версии макета.
- Цветная распечатка не является цветопробой. Технические параметры принимаемых цветопроб и условия сопровождения ими оригинал-макета рекламы содержатся в отдельном документе.

**ВНИМАНИЕ:** в соответствии со статьёй 16 Закона «О Рекламе» размещение рекламы в периодических печатных изданиях (не специализирующихся на рекламе) должно сопровождаться пометкой «реклама» или «на правах рекламы».

### **ОГРАНИЧЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ИСПОЛНИТЕЛЯ**

Искажения и ошибки, появившиеся в публикациях рекламных макетов в результате несоблюдения настоящих технических требований, а также нарушения сроков подачи рекламных материалов, согласованных в договоре о размещении рекламы, не могут считаться основанием для компенсации.