

Формат журнала в готовом виде 200x280мм

ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ:

Размер рекламного модуля	Обрезной формат	Дообрезной формат (по 5 мм на вылет)
2/1 (разворот)	400 x 280 мм	420 x 290 мм
1/1 (полоса)	200 x 280 мм	210 x 290 мм
1/2	горизонтальная	200 x 140 мм
	вертикальная	100 x 280 мм
1/3	горизонтальная	200 x 93 мм
	вертикальная	66 x 280 мм

Материалы рекламных модулей принимаются:

- на дисках с приложенной цветной распечаткой (Москва, 127018, Полковая д.3, стр1; макет “Бренд” в YOGA);
- 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: **5Yoga_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: YOGA_Russia

ВНИМАНИЕ!

В отсутствие цветной распечатки или превью макета в формате PDF или JPG, ИД Санона 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 используемых 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.

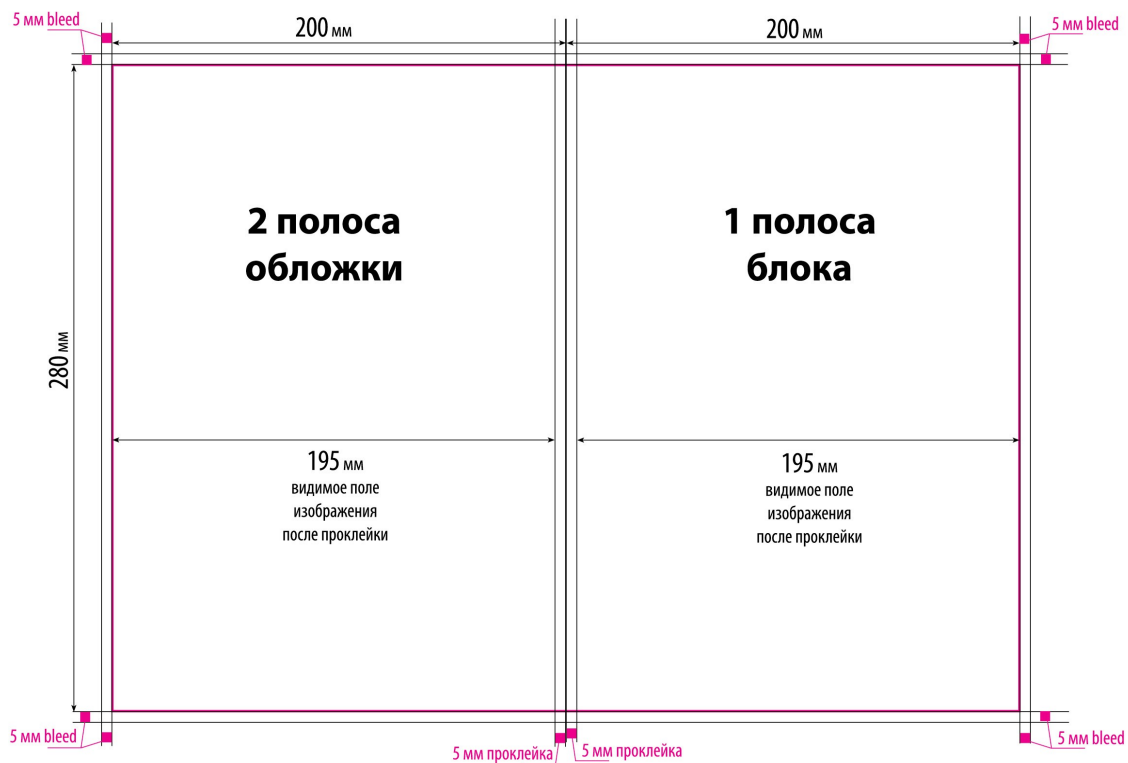
1 pt (~ 0.36 мм)

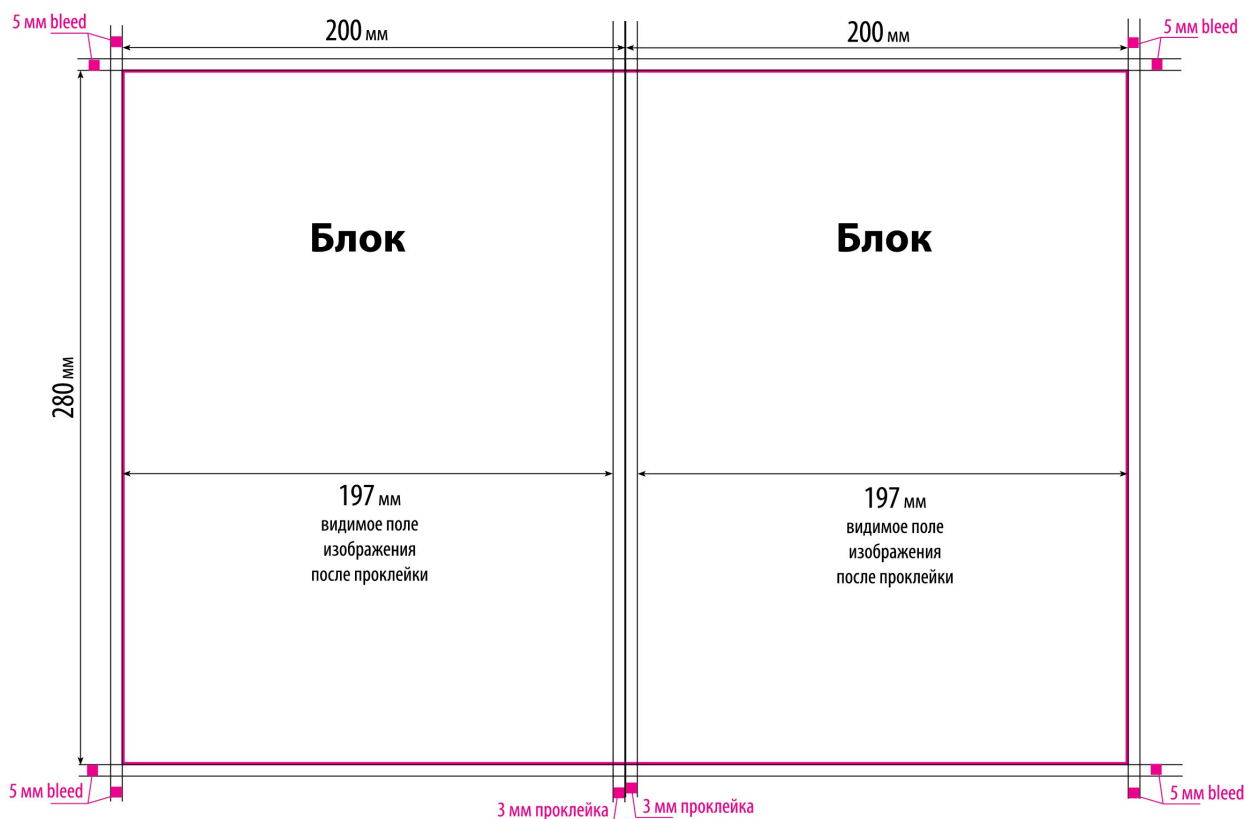
- Монохроматические линии 100% основных цветов – 0,08 мм или 0,25pt.
- Линии двойного и тройного наложения – 0,10 мм или 0,35 pt.
- Линии вывороткой по монохроматическим 100% плашкам или по составным плашкам с применением треппинга – 0,10 мм или 0,35 pt.
- **Минимальный размер шрифта для прямого изображения (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).

При создании макета **для первого и последнего разворотов**, необходимо учитывать, что видимое изображение в готовом издании будет располагаться в формате **195x280 мм**.

Пожалуйста, обратите внимание на схему:





3. ПАРАМЕТРЫ ЦВЕТОДЕЛЕНИЯ:

- Суммарное красочное покрытие (Total ink) для обложки и блока – 300 %.
- Для цветоделения рекламного макета используйте ICC - профиль соответствующего издания

(запрос Вы можете сделать по почте m.kovachinskaya@imedia.ru).

4. ТРЕБОВАНИЯ К ЦВЕТОПРОБАМ:

ВНИМАНИЕ!

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЦВЕТОПРОБЫ В ИЗДАНИЕ НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО.

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 СМΥК;
- поля градаций основных цветов для 10%, 25%, 50%, 75%, 90% значений;
- поля для 200% бинарных наложений С+М, С+Υ, М+Υ;
- поле 300% трёхкрасочного наложения С+М+Υ;
- поля цветовых балансов со значениями СМΥК: 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, GATF, 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 Service 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 (БАД - 10% 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: « _____ ».

Реклама информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», должна содержать указание категории данной продукции (знак и/или предупреждающую надпись о возрастных ограничениях).

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 включать ее без согласования места и цвета шрифта (при этом ИД Sanoma 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.

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

С уважением,
Маргарита Ковачинская
руководитель службы Client Services
ИД Sanoma Independent Media
tel. +7 (495) 232-32-00 доб.1687
m.kovachinskaya@imedia.ru