



ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ - 2016

РАЗМЕРЫ:

2/1 разворот

Обрезной формат: 450 x 290 мм
Навылет: +5 мм

1 /1 полоса

Обрезной формат: 225 x 290 мм
Навылет: +5 мм

1/2 (горизонтальная)

Обрезной: 225 x 145 мм
Навылет: +5 мм

1/2 (вертикальная)

Обрезной: 112 x 290 мм
Навылет: +5 мм

1/3 (горизонтальная)

Обрезной: 225 x 97 мм
Навылет: +5 мм

1/3 (вертикальная)

Обрезной: 75 x 290 мм
Навылет: +5 мм

1/4

Обрезной: 112 x 145 мм
Навылет: +5 мм

Мелкий формат

по запросу

ПРОСИМ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НА ТО, ЧТО С НОМЕРА 23 (ВЫХОД В ПРОДАЖУ 2 ИЮНЯ) ВВОДЯТСЯ НОВЫЕ ФОРМАТЫ.

Настоящие технические требования утверждены Издательским домом “Аксель Шпрингер Раша” и являются стандартом при приеме оригинал-макета и размещении (публикации) рекламы Заказчика. Технические требования применяются с момента подписания Договора и не требуют согласований между Заказчиком и Издательским домом “Аксель Шпрингер Раша”.

Издательский дом “Аксель Шпрингер Раша” не несет ответственности за результат печати рекламного макета в следующих случаях:

- несоответствие предоставленных материалов “Техническим требованиям для рекламных материалов”;
- нарушение рекламодателем сроков предоставления рекламных материалов;
- несоблюдение норм и стандартов при печати в типографии, так как это находится вне сферы контроля и ответственности Издательского дома “Аксель Шпрингер Раша”.

Рекламные материалы, поступающие в ИД “Аксель Шпрингер Раша” принимаются в комплекте с черно-белой или цветной распечатками 100% размера, а также с прилагающимися превью-файлами формата PDF или JPG, изготовленными с присланной рекламы и служащими для контроля. Распечатка и превью-файлы должны соответствовать макету Заказчика.

На распечатке должно быть следующее:

- название файла;
- дата выхода;
- наименование издания;
- подпись и печать заказчика;
- подтверждение в печать.

Рекламные полосы, не соответствующие нижеперечисленным требованиям, принимаются на дополнительную доработку (доработка полосы под типографские требования, подготовка макета к печати и внесение изменений, разработка макета по желанию заказчика) только на договорной основе.

ВАРИАНТЫ ПЕРЕДАЧИ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ:

- **НА НОСИТЕЛЯХ:**

– CD, DVD, USB Flash Memory, внешние диски с интерфейсом USB или FireWire, отформатированные под Macintosh или Windows. Остальные виды носителей принимаются по согласованию.

- **ПО FTP:**

– все пересылаемые по FTP файлы **ОБЯЗАТЕЛЬНО** должны быть заархивированы архиваторами (rar, zip или sit). Убедительная просьба: не использовать последние версии архиваторов;

– имя архива должно содержать название макета (рекламы), название и номер журнала, в который эта реклама идет;

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

– материалы принимаются с приложенными файлами pdf или jpg;

Прямая ссылка на FTP-сервер: <ftp://axelftp:Xchange@ftp.axelspringer.ru>

Или: <ftp.axelspringer.ru>, логин: axelftp, пароль: Xchange

Папки соответствуют названиям изданий.

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);

Внимание! Мы принимаем PDF-файлы, выполненные по требованиям типографии (см. п. 1, п. 5, п. 6).

ТРЕБОВАНИЯ К ПРИНИМАЕМЫМ ФАЙЛАМ:

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К МАКЕТАМ:

– макеты, идущие разворотом, должны быть сверстаны пополосно;

– реклама должна быть выполнена в соответствии с ФЗ о рекламе (см. п. 9);

– рекламный макет не должен по форме напоминать редакционную страницу;

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

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

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

– 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 (см. рекомендованные профили цветоделения п. 5, п. 7) и составляет от 280% до 320%.

2 ТРЕБОВАНИЯ К ФАЙЛАМ ВЕРСТКИ в InDesign:

- верстка должна быть выполнена на платформе Macintosh;
- размер документа должен строго соответствовать обрезному размеру рекламного макета;
- использованные в верстке иллюстрации должны быть собраны в отдельную папку Links;
- заверстанные иллюстрации должны иметь статус ОК в палитре Links. Встраивание объектов в верстку не допускается;
- при масштабировании растровой графики в программе верстки необходимо учитывать, что выходное разрешение будет меняться и может стать недопустимо низким для печати;
- используемые плашечные цвета должны содержаться в палитре Swatch и иметь значения Color Mode: CMYK, Color Type: Process;
- рекомендуется использовать проверенные шрифты для Macintosh-форматов: PostScript Type1, TrueType, OpenType;
- шрифты должны быть переведены в кривые.

3. ТРЕБОВАНИЯ К ВЕКТОРНЫМ ФАЙЛАМ:

- все растровые объекты в векторных файлах должны быть встроены и соответствовать требованиям, предъявляемым к растровым файлам (см. п. 4);
- цветовая модель документа CMYK, использование Spot Color не допустимо;
- шрифты должны быть переведены в кривые;
- недопустимо использование формата EPS из-за отсутствия его полноценной поддержки программой InDesign. Используйте формат AI.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РАСТРОВЫМ ФАЙЛАМ:

- растровые цветные изображения должны быть в цветовом охвате CMYK и поделены рекомендованными типографией профилями (см. п. 5);
- рекомендуемое разрешение 250-300 dpi для CMYK и Grayscale, 600-1200 dpi для Bitmap и контурных объектов;
- в файле должны быть удалены неиспользуемые обтравки и альфа-каналы.

5. 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 издания + по 5 мм под обрез с каждой стороны полосы;
- 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;
- в PDF должен быть встроен соответствующий изданию и расположению рекламного макета (блок или обложка) профиль, выложенный на сайте: <http://www.axelspringer.ru/advertising/profile/>
- 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.

Для корректного экспорта наших настроек прописание PDF-файлов необходимо, чтобы для InDesign были доступны профили, использующиеся в наших настройках. Настройки прямого экспорта PDF можно скачать с сайта.

6. ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ТИПОГРАФИИ К ЭЛЕМЕНТАМ ДИЗАЙНА:

- 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 несовмещения, 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.

7. ТРЕБОВАНИЯ К ЦВЕТОПРОБАМ:

Для контроля цвета в типографии заказчиком может быть предоставлена цифровая отвечающая условиям печати цветопроба. Профили для вывода можно скачать с сайта: <http://www.axelspringer.ru/advertising/profile>.

- цветопроба должна имитировать офсетную печать согласно стандарту ISO 12647-2:2004;
- на цветопробе в обязательном порядке должна располагаться следующая информация: шкала Ugra-Fogra MediaWedge v 2.0-3.0, напечатанная с теми же условиями, что и сам макет, название выводного устройства, дата и время вывода цветопробы, используемые ICC–профили, название файла макета;
- к цветопробе должен прилагаться или приклеиваться стикер проверки цветопробы, согласно которому отклонения измеренных на цветопробе значений цвета от имитируемого процесса печати не превышают допусков.

Внимание! Невыполнение перечисленных условий формально делает цветопробу неконтрактной и не рассматривается типографией как цветопроба. Претензии по цвету с такими цветопробами не принимаются.

Axel Springer имеет возможность вывода своей контрольной цветопробы с присланного макета для проверки соответствия присланной заказчиком цветопробы условиям печати и макету.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ТЕКСТОВЫМ МАКЕТАМ:

1. реклама считается текстовой, если текст, исполненный наборным шрифтом, 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» размещается горизонтально в верхней части полосы шрифтом 12 pt.,
 - при этом длина надписи не менее 25 мм, межбуквенная разрядка и увеличение межсловных пробелов не допускается.
 - 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 ближе, чем на 8 мм.
 - Расположение надписи «реклама» или «на правах рекламы» на фотографии, используемой в макете – не допускается.
4. не допускается использование шрифтов и стилей и других элементов дизайна схожих с версткой журнала, в который готовится макет, а именно:
 - при размещении фотографий ни один элемент макета не должен заходить на фотографию или располагаться к ней ближе чем на 8 мм. Расстояние между двумя фотографиями также не должно быть менее 8 мм.
 - поля со всех сторон обрезного формата не должны быть меньше 18 мм и больше 30 мм
 - не допускается использование фирменной буквицы (заглавной буквы тем же шрифтом и размером в начале статьи издания);
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. ИД оставляет за собой право выдвинуть дополнительные требования к присланным текстовым макетам.

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАКЕТАМ, СОДЕРЖАЩИМ РЕКЛАМУ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК, ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ И МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ:

Реклама должна соответствовать требованиям, установленным ФЗ О рекламе от 13 марта 2006 года №38–ФЗ, ст. 24, 25 и в том числе:

- реклама лекарственных средств, медицинских услуг, методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться надписью “Получите консультацию специалиста по оказываемым услугам и возможным противопоказаниям” и быть не менее 5% рекламного пространства;
- реклама биологически активных добавок должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством и составлять не менее чем 10% рекламной площади (пространства).

10. ТРЕБОВАНИЯ К СПЕЦПРОЕКТАМ:

Внимание! Возможность производства спецпроектов всегда предварительно оговаривается с отделом производства Axel Springer. Образцы вложений предоставляются заранее для тестирования типографией.

- При наличии в макете дополнительных элементов (перфорация, фальцовка, высечка и т. д.) должно быть указано их точное размещение. Обязательно должен быть указан формат вклеек вкладок, порядок полос;
- на распечатке макета необходимо указать красочность полосы, если она не является 4 красочной с указанием точного номера цвета Pantone. На распечатке макета должны быть четко выделены и указаны перфорация, биговка, фальцовка, элементы выборочной лакировки, тиснение;
- при использовании дополнительного прогона (краски, лака, фольги и т.д.) необходимо выделить элементы, печатаемые дополнительно с указанием точной маркировки требуемого материала;
- контур вырубки или лак должны быть обозначены отдельным цветом;
- для проверки совмещения всех специальных элементов проекта рекомендуется в верстке сделать сборку по слоям. На нижнем слое расположить сам макет без спецэлементов, на верхних – все используемые в проекте спецэлементы. Каждый спецэлемент на отдельном слое;
- файл для УФ лака (вырубки и т.д.) рекомендуется создавать с того же исходного изображения, что и основной материал. Для этих целей рекомендуем создавать отдельный канал (слой) для УФ лака (вырубки и т.д.) во время верстки или создавать путь по лакируемому изображению инструментом «перо» в программе верстки;
- у всех НЕПЕЧАТАЕМЫХ элементов в макете и служащих только для информативности и наглядности должна быть снята пометка PRINT, т. е. такой элемент должен быть непечатаемым. К примеру, обозначение области лакировки или тиснения на макете для наглядности в виде лежащего сверху покрашенного бокса никаким образом не должно выходить на печать;
- файл/файлы для УФ лака (вырубки и т.д.) должны называться следующим образом: cover01_UV.eps или vkleuka1_congrev.eps. Эти файлы должны находиться в отдельной папке;
- размер треппинга на Pantone 0,2 pt;
- толщина линий под фольгу – минимум 0,85 pt;
- толщина линий для УФ шелкотрафаретного лака и для конгрева не менее 0,85 pt;
- допуски на точное попадание выборочного лака в отпечатанный сюжет – 1 – 1,2 мм, для этого предусмотрите заданный треппинг на лак;
- при особых условиях месторасположения вложений (вкладок, приклейке тестеров, купонов и т.д.) указать их размер и размещение на полосе или в блоке издания;
- все элементы макета должны хорошо читаться.

Внимание! На каждый элемент макета на подтверждение заказчику делаются и высылаются отдельные файлы PDF или EPS, содержащие только черную краску и обозначающие области лакировки, вырубки и т.п. соответствующего названия. Также высылается сам файл макета в PDF или JPG низкого разрешения, содержащий рекламный макет без спецэлементов и имеющий название рекламного макета. Все перечисленные файлы являются паспортом макета. Подтверждение данного паспорта заказчиком означает, что паспорт соответствует присланному рекламному макету.

Тел.: (495) 107-90-75 • E-mail: admaket@acmedia.info • <http://www.acmedia.info>