

# Как потратить

Формат журнала в готовом виде 280x350 мм

## ФОРМАТЫ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

Размер рекламного модуля	Обрезной формат	Дообрезной формат (по 5 мм на вылет)
2/1 (разворот)	560 x 350 мм	570 x 360 мм
1/1 (полоса)	280 x 350 мм	290 x 360 мм
½ (горизонтальная)	280 x 175 мм	290 x 185 мм

### *Материалы рекламных модулей принимаются:*

- на дисках с приложенной цветной распечаткой (Москва, 127018, Полковная д.3, стр1; макет “Бренд” в Как Potratit);
- 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.

На диске должны быть только те файлы, которые необходимы для печати рекламных материалов!

### **ВНИМАНИЕ!**

В печать должна предоставляться только окончательная (предварительно, финально утвержденная версия макета). При замене предоставленного в печать файла, претензии по печати, повторно выложенного файла, не принимаются.

### 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: 5KP\_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:*

<https://filex.vedomosti.ru/ru/upload>

### **ВНИМАНИЕ!**

В отсутствие цветной распечатки или превью макета в формате PDF или JPG, ИД Бизнес Ньюс Медиа не несет ответственности за ошибки в рекламном модуле.

# Как потратить

---

## 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.

### ВНИМАНИЕ!

Рекомендуем проверять предоставленный макет на целостность растровых изображений в коллекте, во избежание возможных проблем при печати макета в типографии (например, наличие тонких белых полос, проявляющихся при печати файла в журнале и т.д.)

## 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 вёрстке 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 несовмещения 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). Если в файле, всё-таки, используется опция «overprint», то такой файл необходимо сопроводить дополнительным информационным письмом, о включении этой функции, в файл.
- 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 С/М/У - 8 pt.
- Для получения глубокого черного цвета на черных плашках и тексте более 50 пунктов рекомендуется кроме черной краски добавлять 20-30% Cyan либо использовать **составной черный цвет CMYK = 60C/50M/40Y/100K.**

# Как потратить

### 3. ПАРАМЕТРЫ ЦВЕТОДЕЛЕНИЯ:



- Суммарное красочное покрытие (Total ink) для обложки и блока – **300%**
- Для цветоделения рекламного макета используйте ICC – профиль (ISOcoated\_v2\_300\_eci.icc)
- Также, Вы можете сделать запрос по почте [t.burnashova@vedomosti.ru](mailto:t.burnashova@vedomosti.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 градационной 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 CMYK;
- поля градаций основных цветов для 10%, 25%, 50%, 75%, 90% значений;
- поля для 200% бинарных наложений C+M, C+Y, M+Y;
- поле 300% трёхкрасочного наложения C+M+Y;
- поля цветовых балансов со значениями CMYK: 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 Бизнес Ньюс Медиа не занимается изготовлением цветопроб.

В случае, если Вам необходима эта услуга, координатор службы Client Services 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).

# Как потратить

---

## 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 лекарственных препаратов** необходимо предупреждение, которое должно занимать не менее 5% 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: «О возможных противопоказаниях проконсультируйтесь со специалистом».

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, АО «Бизнес Ньюс Медиа» оставляет за собой право включать ее без согласования места и цвета шрифта (при этом АО «Бизнес Ньюс Медиа» 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,  
**Вера Ланина,**  
Координатор по выпуску  
Тел.: +7 (495) 956 3458 доб. 1157  
lanina@vedomosti.ru