

## ПРИЛОЖЕНИЕ № 1

К ДОГОВОРУ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ

### ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ЗАО «КОНДЕ НАСТ» К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ, РАЗМЕЩАЕМЫМ В ИЗДАНИИ GLAMOUR

Все материалы (CD/DVD-ROM вместе с цветопробой) предоставляются в отдел рекламы ЗАО «Конде Наст».

Адрес: 125009, Россия, Москва, ул. Большая Дмитровка, 11, стр. 7, ЗАО «Конде Наст».

Телефон: +7 (495) 745-55-65; факс: +7 (495) 745-86-25; e-mail: advert@glamour.ru

FTP-сервер: <http://fx.condenast.ru>, <ftp://ftp.condenast.ru> (обратитесь к своему менеджеру для получения имени/пароля)

#### 1. ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИЗДАНИЯ

##### 1.1. Формат издания

1.1.1. Обрезной формат **основного издания**: 168 × 223 мм.

1.1.2. **Формат приложений** может отличаться от формата основного издания. Пожалуйста, дополнительно уточняйте формат при размещении рекламы в специальных приложениях к основному изданию.

##### 1.2. Способ печати

1.2.1. **Регулярные страницы журнала**: рулонная печать по стандарту ISO 12647-4:2005.

1.2.2. **Обложки, вклейки, вкладки**: листовая офсетная печать по стандарту ISO 12647-2:2004.

##### 1.3. Цветность, порядок красконаложения, суммарное количество краски

1.3.1. **Регулярные страницы журнала**: CMYK; порядок печати — black, cyan, magenta, yellow; суммарное количество краски — 300 %.

1.3.2. **Обложки, вклейки, вкладки**: CMYK + по запросу дополнительные краски по Pantone; порядок печати — Pantone, black, cyan, magenta, yellow (при необходимости краски по Pantone могут печататься после CMYK); суммарное количество краски — 320–340 %.

1.3.3. Также по запросу для вклеек и вкладок возможно дополнительное конгревное тиснение, тиснение фольгой, вырубка, выборочная и сплошная лакировка, прочие виды печати и послепечатной обработки.

##### 1.4. Способ скрепления журнального блока

1.4.1. Для основного журнала — клеевое бесшвейное скрепление.

1.4.2. Для специальных приложений к основному изданию может использоваться как клеевое бесшвейное скрепление, так и крепление на скрепки. При необходимости уточняйте дополнительно.

#### 2. ФОРМАТ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

##### 2.1. Реклама на вылет

2.1.1. 2/1 (разворот) — состоит из **двух страниц** формата **168 × 223** мм (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины).

2.1.2. 1/1 (полоса) — **168 × 223** мм

2.1.3. Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации на вылет для полностраничной рекламы — **176 × 231** мм).

2.1.4. Форматы рекламы на вклейке, вкладке или в приложении могут отличаться от указанных. Пожалуйста, уточняйте размер дополнительно в случае нестандартного размещения рекламы.

2.1.5. Вы можете скачать схему страниц обложечного гейтфолда и типичных вклеек с нашего сайта:

[www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/)

##### 2.2. Модульная реклама

2.2.1. 1/2 вертикально — **69 × 196** мм

2.2.2. 1/2 горизонтально — **142 × 96** мм

2.2.3. 1/4 — **69 × 96** мм

#### 3. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ (ОРИГИНАЛ-МАКЕТА РЕКЛАМЫ)

##### 3.1. Цвет

3.1.1. Все предоставляемые материалы должны быть в цветовой модели **CMYK** (ISO 12647-2).

3.1.2. Вы можете скачать ICC-профайлы для цветоделения с нашего сайта: [www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/)

3.1.3. Только при печати макета на вклейке или вкладке с дополнительными красками, файлы могут использовать дополнительные плашечные цвета. При этом в файлах количество и названия красок (по Pantone) должны соответствовать заявленным в спецификации на размещение макета.

##### 3.2. Файлы верстки

3.2.1. Материалы предоставляются в виде одностраничного/разворотного документа **QuarkXPress** или **InDesign**, собранного со всеми использованными иллюстрациями (см. п. 3.3 и п. 3.4 настоящего приложения) и шрифтами (см. п. 3.5 настоящего приложения).

3.2.2. Формат страницы документа должен строго **соответствовать обрезному формату издания** (см. п. 1.1 настоящего приложения). **Макет разворота** должен содержать **две страницы** соответствующие формату издания.

3.2.3. Макет **не должен содержать** обрезные метки, приводные кресты и другую **служебную информацию**.

##### 3.3. Растровые изображения

3.3.1. Растровые изображения должны быть предоставлены в формате TIFF или Photoshop EPS (binary).

3.3.2. Для **полутоновых изображений** (CMYK, grayscale) файлы должны содержать достаточное количество пикселей для того, чтобы обеспечить 100%-ный окончательный размер с разрешением **120 точек на см (304,8 точки на дюйм)**. Допустимое разрешение от 100 до 180 точек на см (от 254 до 457,2 точки на дюйм).

3.3.3. Для **однобитных изображений** (bitmap) файлы должны содержать достаточное количество пикселей для того, чтобы обеспечить 100%-ный окончательный размер с разрешением **480 точек на см (1219,2 точки на дюйм)**. Допустимое разрешение от 240 до 1200 точек на см (от 609,6 до 3048 точек на дюйм).

- 3.3.4. Файлы не должны содержать пути обтравки, которые не используются в макете.
- 3.3.5. В файле все слои должны быть объединены в один.
- 3.3.6. Сжатие в формате JPEG ухудшает качество безвозвратно. Для уменьшения объема файла мы рекомендуем использовать только сжатие LZW.
- 3.3.7. Мы не рекомендуем предоставлять весь макет в виде одного растрового файла, так как это существенно ухудшает качество текста в макете.

### 3.4. Векторные изображения

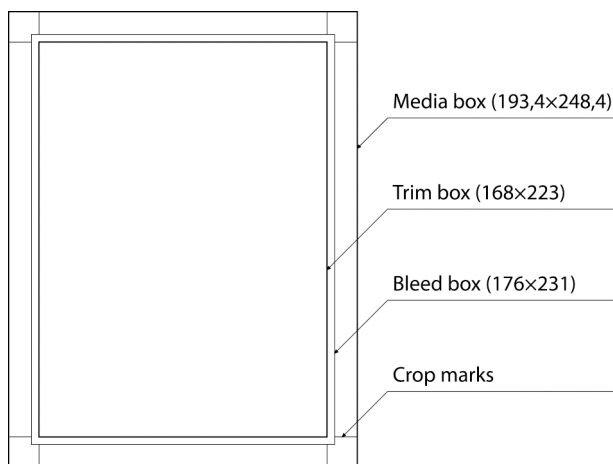
- 3.4.1. Векторную графику следует оформить в виде файла EPS, переведя шрифты в кривые или приложив использованные шрифты (см. п. 3.5 настоящего приложения).
- 3.4.2. Проконтролируйте минимальный размер шрифта и толщину линий (см. п. 4.2 настоящего приложения), особенно если EPS-файл масштабируется при размещении в программе верстки.
- 3.4.3. При подготовке векторного изображения в Adobe Illustrator с использованием прозрачностей не забудьте проконтролировать установки flattening.

### 3.5. Шрифты

- 3.5.1. В макете должны использоваться шрифты в формате PostScript Type1 для MacOS или OpenType.
- 3.5.2. Необходимо приложить **все** использованные в макете **начертания**.
- 3.5.3. При подготовке макета на PC шрифты должны быть переведены в **кривые** (за исключением использования кроссплатформенных шрифтов OpenType).
- 3.5.4. В макете следует избегать использования шрифтовых эффектов и начертаний, сделанных при помощи программы верстки.

### 3.6. Готовые к печати макеты в формате PDF

- 3.6.1. Мы принимаем **полностью готовые** к печати файлы в формате PDF. Это означает, что файлы должны полностью удовлетворять всем техническим требованиям, в том числе и требованиям к содержанию (см. п. 5 настоящего приложения). А также мы **не вносим правки** в такие файлы по запросу клиента (например, исправление грамматических ошибок, добавление/изменение адреса, телефона и т. п.).
- 3.6.2. Мы принимаем **композитные файлы** PDF версии 1.3 отвечающие стандарту PDF/X-1a (ISO 15930-4:2003).
- 3.6.3. Мы принимаем в формате PDF только макеты для **полностраничной рекламы** (полоса, разворот, несколько идущих подряд страниц).
- 3.6.4. Для **разворотной** рекламы необходимо предоставить либо один файл PDF, содержащий **две страницы** (первая для левой страницы разворота, вторая — для правой), либо **два файла** — один, содержащий левую страницу разворота, второй, содержащий правую страницу разворота, причем с четким указанием в имени файла, какая страница — левая, а какая — правая.
- 3.6.5. Файлы должны содержать информацию о trim box, соответствующую формату издания (см. п. 1.1 настоящего приложения).
- 3.6.6. Размер страницы (media box) в PDF-файле должен быть больше на **25,4 мм** формата издания (по **12,7 мм** с каждой стороны).
- 3.6.7. Файлы должны содержать метки реза (crop marks), которые не должны входить в зону вылета (bleed box).
- 3.6.8. Все растровые иллюстрации должны иметь необходимое разрешение (см. п. 3.3.2 и п. 3.3.3 настоящего приложения).
- 3.6.9. Все шрифты должны быть встроены в файл.
- 3.6.10. Файлы не должны содержать элементы с прозрачностью.
- 3.6.11. Файлы не должны содержать Javascript или Actions, слои, формы для заполнения, встроенные фрагменты на языке PostScript. Файлы не должны включать установок по шифрованию и парольному доступу.
- 3.6.12. Вы можете скачать установки для QuarkXPress, Adobe InDesign, Adobe Acrobat для генерации корректного PDF с нашего сайта: [www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/)
- 3.6.13. Мы не рекомендуем использовать непосредственный вывод PDF-файлов из Adobe Photoshop и Illustrator.



### 3.7. Отрастированные материалы

- 3.7.1. Мы **не принимаем** файлы в формате TIFF/IT P1, copydot TIFF, CT/LW, PDF, созданные с помощью PageComposer (MatchFlow Composer), PDF/IT, и другие **отрипованные файлы**.

### 3.8. Подготовка файлов для тиснения, лакирования, вырубки

- 3.8.1. При наличии дополнительных послепечатных процессов комплект сдаваемых материалов должен содержать **отдельные файлы** на каждый вид обработки (тиснение, лакирование, вырубка и т. д.).
- 3.8.2. Для обозначения области тиснения или лакирования необходимо использовать только **векторные объекты** со 100%-ной заливкой black или растровые **однобитные файлы** (bitmap).
- 3.8.3. **Недопустимо** использовать растровые **полутоновые изображения** CMYK или grayscale, даже если они содержат только области окрашенные в 100%-ный black.
- 3.8.4. Для обозначения линии вырубки или перфорации необходимо использовать только векторные линии. Толщина линии не имеет значения, однако для нормального отображения на привью или распечатке мы рекомендуем использовать линии толщиной — 0,5 пункта (≈0,15 мм).
- 3.8.5. Вместе с файлами для каждого вида послепечатной обработки необходимо предоставить контрольную черно-белую распечатку в 100%-ном масштабе.

### 3.9. Контрольные цветопробы

- 3.9.1. Цветопробы должны быть изготовлены с **предоставляемых финальных** файлов в 100%-ном масштабе.
- 3.9.2. Мы принимаем только **цифровые цветопробы**, изготовленные в соответствии с требованиями ISO 12647-1:2004 и ISO 12647-2:2004. Рекомендуем использовать только рабочие процессы, сертифицированные FOGRA (например, DuPont Digital Cromalin или EPSON-GMG).
- 3.9.3. На цветопробах должна иметься соответствующая маркировка и шкалы контроля качества цветопробы. Рекомендуемая шкала контроля — Ugra/FOGRA Media Wedge CMYK.
- 3.9.4. В случае отсутствия цветопробы требуется любая контрольная цветная распечатка в 100%-ном масштабе.

- 3.9.5. При отсутствии цветопробы или при предоставлении цветопробы, не соответствующей стандарту, цвет печати может отличаться от ожидаемого.

#### 4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИЗАЙНУ

**При невыполнении данных рекомендаций Рекламодатель (Заказчик) принимает на себя ответственность за возможные полиграфические ошибки.**

##### 4.1. Расположение элементов дизайна на странице

- 4.1.1. **Края обреза.** При подрезке журнального блока имеется допуск  $\pm 3$  мм, поэтому не располагайте важные элементы (текст, логотип и т. п.) на расстоянии ближе **5 мм** от края страницы.
- 4.1.2. **Элементы у корешка.** В связи с технологическими особенностями способа клеевого бесшвейного скрепления (влияющими на раскрываемость журнального блока) не располагайте читаемые элементы ближе **5 мм** от корешка, а **важные** читаемые элементы (адресный блок, логотип и т. п.) ближе **12 мм** от корешка.
- 4.1.3. **Разворотные элементы.** Необходимо учитывать, что линейки, полосы и графические объекты, проходящие через область журнального корешка, могут быть слегка смещены при фальцовке и брошюровке (до 3 мм в любом направлении).
- 4.1.4. **Текст, проходящий по развороту,** должен находиться на расстоянии не менее **5 мм** от корешка.
- 4.1.5. **Для фоновых иллюстраций, идущих на разворот,** мы рекомендуем делать так называемый расстав — смещать от корешка на **5 мм** в обе стороны правую и левую часть иллюстрации.

##### 4.2. Минимальный размер элементов дизайна

- 4.2.1. Минимальный читаемый размер текста черного цвета —  $\approx 5$  пунктов.
- 4.2.2. Минимальный читаемый размер цветного и белого текста —  $\approx 10$  пунктов.
- 4.2.3. Минимальная толщина линий черного цвета — 0,25 пункта ( $\approx 0,1$  мм).
- 4.2.4. Минимальная толщина цветных и белых линий — 1 пункт ( $\approx 0,35$  мм).
- 4.2.5. Минимальная толщина линии для тиснения фольгой —  $\approx 1,5$  пункта ( $\approx 0,5$  мм).
- 4.2.6. Минимальная толщина линии для лакирования —  $\approx 1,5$  пункта ( $\approx 0,5$  мм).
- 4.2.7. Минимальная толщина линии для конгревного тиснения сильно зависит от толщины бумаги, но в любом случае не менее 1,5 пункта ( $\approx 0,5$  мм).

##### 4.3. Объекты черного цвета

- 4.3.1. Текст и тонкие объекты черного цвета должны всегда печататься простым черным (СМУК — 0/0/0/100) с атрибутом overprint.
- 4.3.2. В крупных сплошных объектах черного цвета необходимо использовать составной черный цвет. Рекомендуемый состав СМУК — 60/45/45/100. Обратите внимание на то, что белый и цветной текст, а также тонкие объекты, расположенные на составном черном, требуют треппинга (см. п. 4.4.1 настоящего приложения).

##### 4.4. Треппинг

- 4.4.1. Типография применяет минимальные средства треппинга, поэтому в случае необходимости выполните треппинг самостоятельно. Рекомендуемая зона треппинга — 0,4 пункта (0,14 мм).
- 4.4.2. Используется следующий алгоритм контроля overprint: на объектах белого цвета — overprint игнорируется; на объектах, окрашенных простым черным 0/0/0/100 (СМУК), — принудительно устанавливается overprint; для всех прочих цветов — атрибут overprint остается без изменений.
- 4.4.3. Данный алгоритм не работает для объектов внутри растрового файла (например черный текст в файле TIFF слитый с фоном).
- 4.4.4. При необходимости использования простого черного цвета без overprint следует использовать цвет 1/1/1/100 (СМУК).
- 4.4.5. Несмотря на автоматический контроль overprint, следует внимательно следить за его использованием. Например, при изготовлении цветопробы без автоматического контроля overprint белые элементы с установленным overprint не будут видны на цветопробе, однако появятся в журнале после принудительного игнорирования overprint на белых объектах в типографии.

##### 4.5. Рекомендации при подготовке макета для тиснения, лакирования, вырубки

- 4.5.1. При лакировании существует допуск на совмещение 0,5 мм. Поэтому, **при необходимости** гарантированного покрытия лаком требуемого объекта на макете, увеличьте зону лакирования на 0,5 мм.
- 4.5.2. При тиснении фольгой в основном макете для печати, под фольгой не должно быть элементов, повторяющих тиснение.
- 4.5.3. Не забудьте проверить на корректное совмещение элементов дизайна в файле для печати основного макета и элементов в файлах для послепечатных процессов (тиснение, лакирование, вырубка и т. п.).

#### 5. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

##### 5.1. Требования редакции

- 5.1.1. При изготовлении текстовых рекламных материалов просим вас избегать похожести текстовых рекламных материалов на редакционные материалы журнала до степени смешения. Это означает, что в них не допускается использование: шрифтов журнала; названий рубрик журнала; верстки, похожей на верстку журнала. На текстовых рекламных полосах в правом верхнем углу горизонтально и крупно (не менее 10 пунктов) указывается фраза «на правах рекламы».

##### 5.2. Требования российского законодательства

- 5.2.1. Предоставляемые рекламные материалы должны отвечать требованиям российского законодательства, в частности закону «О рекламе», закону «О государственном языке Российской Федерации», Гражданскому кодексу. Рекламодатель (Заказчик) обязуется выполнять требования указанных законов, в том числе следующие их положения:

##### 5.3. Пометка «реклама»

- 5.3.1. Согласно ст. 16 закона «О рекламе», размещение текста рекламы должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».
- 5.3.2. Пометка должна находиться на странице в «безопасной зоне» (см. п. 4.1.1 настоящего приложения) и быть читаема (см. п. 4.2.1 и п. 4.2.2 настоящего приложения).
- 5.3.3. Вы можете скачать файл с пометкой «реклама» (текст, переведенный в кривые, в формате EPS) с нашего сайта: [www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/)
- 5.3.4. В случае если в макет не включена вышеуказанная пометка, Исполнитель оставляет за собой право поместить ее на макет без согласования с Рекламодателем (Заказчиком) ее вида и места расположения.

#### 5.4. Реклама алкогольной продукции и табачных изделий

- 5.4.1. Согласно п. 3 ст. 21 и п. 3 ст. 22 закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления данной продукции, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем **десять процентов рекламной площади (рекламного пространства)**.
- 5.4.2. Согласно п. 3 ст. 23 закона «О рекламе», реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде курения, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем **десять процентов рекламной площади (рекламного пространства)**.
- 5.4.3. Обращаем ваше внимание, что предупреждения, предусмотренные п. 5.4.1, 5.4.2 и 5.5.1 настоящего приложения, должны соответствовать установленному размеру непосредственно в отношении текстового блока, при этом не допускается составлять предупреждения таким образом, что площадь (пространство), отведенное для предупреждения, равно установленному размеру, а текстовый блок предупреждения меньше его.
- 5.4.4. Вы можете скачать файл с данными предупреждениями (текст, переведенный в кривые, в формате EPS) с нашего сайта: [www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/](http://www.condenast.ru/advert/glamour/techreq/)

#### 5.5. Реклама лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг

- 5.5.1. Согласно п. 7 ст. 24 закона «О рекламе», реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем **пять процентов рекламной площади**.

#### 5.6. Положения закона «О государственном языке Российской Федерации»

- 5.6.1. Согласно ст. 3 закона «О государственном языке Российской Федерации», реклама входит в сферу обязательного использования государственного языка РФ. Таким образом, в случаях использования в рекламе наряду с государственным языком РФ иностранного языка тексты на русском языке и на иностранном языке **должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению**, выполнены разборчиво. Данное положение не распространяется на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания.

#### 5.7. Предоставление информации о товаре

- 5.7.1. При размещении рекламы товара (работ, услуг), который подлежит лицензированию, обязательной сертификации или государственной регистрации, Рекламодатель (Заказчик) обязан предварительно предоставлять Исполнителю документально подтвержденные сведения о наличии соответствующей лицензии, сертификата о соответствии или государственной регистрации.

### 6. ГАРАНТИИ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

- 6.1.1. Рекламодатель (Заказчик) гарантирует, что Реклама не является недобросовестной, недостоверной и полностью соответствует требованиям законодательства Российской Федерации, в том числе требованиям законодательства о государственном языке Российской Федерации, что рекламируемые товары (работы, услуги) не подпадают под определение товаров, реклама которых не допускается, и полностью соответствует предъявляемым требованиям, установленным Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38 — ФЗ «О рекламе».
- 6.1.2. Рекламодатель (Заказчик) самостоятельно несет ответственность за соответствие рекламных материалов (Оригинал-макета Рекламы) требованиям российского законодательства в области рекламы.
- 6.1.3. В случае получения Исполнителем письменного уведомления/решения (с приложением копии решения) о возбуждении ФАС России дела по признакам нарушения законодательства РФ в отношении рекламы, размещенной по договору с Рекламодателем (Заказчиком), Рекламодатель (Заказчик) обязуется в срок не позднее 5 (пяти) календарных дней с момента получения требования Исполнителя предоставить Исполнителю все запрашиваемые документы.
- 6.1.4. В случае привлечения Исполнителя к ответственности в связи с тем, что в размещенной рекламе каким-либо образом не было соблюдено требование законодательства РФ о рекламе, Рекламодатель (Заказчик) обязан в полном объеме компенсировать Исполнителю все понесенные документально подтвержденные в связи с этим штрафные санкции, убытки и расходы, в том числе оплату представителей в суде, если Рекламодатель (Заказчик) предоставил Исполнителю Оригинал-макет, не соответствующий требованиям настоящего Приложения и законодательства РФ.
- 6.1.5. Указанная компенсация должна быть выплачена в срок не позднее 10 (десяти) рабочих дней с момента получения Рекламодателем (Заказчиком) счета Исполнителя и копии документов, подтверждающих понесенные убытки (расходы), например, постановления о применении мер административной ответственности и/или предписания.