

# ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ ДЛЯ ИЗДАНИЯ TASTE

В связи с временными рамками подготовки издания, отдается предпочтение к размещению рекламных макетов в готовом к сдаче в печать виде — в формате PDF. Файлы должны соответствовать приведенным требованиям по формату и геометрии полосы, параметрам изображений, шрифтов, управления цветом. Азбука Вкуса на занимается редактированием клиентских рекламных PDF-файлов и только производит их автоматизированный входной контроль на формальное соответствие требованиям; при выявлении нарушений файлы подлежат доработке заказчиком и повторной сдаче, за исключением случаев, указанных ниже в разделе «Исправление ошибок». В исключительных случаях возможна сдача в допусках ранее форматах ILLUSTRATOR EPS или TIFF — ЭТОТ ВАРИАНТ НЕОБХОДИМО ПРЕДВАРИТЕЛЬНО СОГЛАСОВАТЬ С РЕКЛАМНОЙ СЛУЖБОЙ И ПОЛУЧИТЬ ТЕХТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ФАЙЛОВ В ЭТИХ ФОРМАТАХ.

## Требования к геометрии макетов

- Со всех четырех сторон макета должны присутствовать вылеты под обрез, по 5 мм
- Размер PDF-документа (media box) должен быть равен обрезному размеру полосы издания плюс 10 мм по горизонтали и 10 мм по вертикали; служебные метки должны отсутствовать

## Препресс-требования к элементам файла

- Версия PDF-спецификации: PDF 1.3 (совместимость с Acrobat 4, без поддержки прозрачности)
- Все элементы полосы (текст, векторные и растровые объекты) должны быть представлены только в цветовых моделях CMYK и Grayscale
- В документе должны отсутствовать ICC-профили и спот-цвета (output intents будут заменены)

- Суммарная плотность красок как в векторных, так и в растровых объектах не должна превышать 300% (настоятельно рекомендуется цветodelение профилем ISOcoated\_v2\_300\_eci.icc, отражающими условия печати и оптимизированным по цветопередаче)
- Разрешение растровых полутоновых изображений должно находиться в диапазоне 230...300 dpi, в качестве оптимального рекомендуется 250 dpi. В случае превышения разрешения «Афиша» оставляет за собой право понизить его до 250 dpi; при недостаточном разрешении макет принимается только с согласия заказчика отказаться от претензий по качеству изображений
- Разрешение растровых однобитных (lineart/bitmap) изображений должно находиться в диапазоне 600...1200 dpi. В качестве оптимального для контурных изображений рекомендуется 1200 dpi, для имитирующих градации — 600 dpi
- Для растровых полутоновых изображений используется JPEG-сжатие максимального качества; для однобитных — CCITT

- или ZIP-сжатие
- Все используемые в документе шрифты должны быть встроены в документ полностью, а не в виде выборки задействованных символов (subset)
- Градиентные и mesh-заливки должны быть представлены как объекты типа smooth shading или в виде полутоновых растров. Претензии к плавности передачи градиентов, представленных набором граничащих линий, не принимаются.

## Подготовка файлов

Файлы рекомендуется готовить через Acrobat Distiller из PostScript файла настроек joboptions, учитывающего указанное выше. После импорта в Distiller эти настройки также доступны в Adobe InDesign и Adobe Illustrator, и могут использоваться для сохранения PDF из этих программ.

Соответствие цветопередачи, предоставленной цветопробе гарантируется (в рамках технологических допусков) только для проб, откалиброванных под указанные выше профили цветоделения. Из общедоступных калибровок приемлемую имитацию обеспечивают пробы по стандарту FOGRA 39L, но такие пробы могут использоваться при печати лишь в качестве ориентира. Попадание в цветопробу, адекватность которым условиям печати не подтверждается спектрофотометрическим контролем по шкалам Ugra/FOGRA 2.x, не гарантируется.

## Исправление ошибок

Следует иметь в виду, что в процессе приемки рекламного макета производится безусловное автоматическое исправление распространенных ошибок:

- Конвертация оставленных в документе спот-цветов в CMYK process согласно CMYK-формуле, заложенной дизайнером в определение цвета или стандартной Lab-формуле
- Задание установки overprint для чисто черного текста/снятие оверпринта со всех белых объектов
- Задание всем векторным объектам максимального значения сглаживания
- Удаление из документа ICC-профилей

и output intents (без модификации изображений)

- Оптимизация алгоритмов сжатия (приведение к JPEG max quality)

С согласия и под ответственность заказчика в автоматическом режиме без вмешательства оператора также возможны:

- цветоделение RGB-объектов в верное CMYK-пространство (в качестве RGB будет принято sRGB)
- понижение суммарной плотности красок до 300%

## Размер рекламных модулей.

1/1 под обрез	210×275 мм
2/1 (разворот) под обрез	415×275 мм
1/2 горизонтальная под обрез	210×131 мм
1/3 вертикальная под обрез	70.5×275 мм
1/3 горизонтальная под обрез	210×87 мм

## Примечания

1. Размеры в мм; первый — по горизонтали (ось X), второй — по вертикали (ось Y)
2. Размеры указаны для послеобрезного/видимого формата, именно они должны использоваться в настройках document setup. Т.о., для макетов с пометкой «под обрез» необходимо дополнительно обеспечить запас (вылеты) по 5 мм с каждой обрезной стороны. Расстояние от линий реза до значимых элементов внутри макета (текст, логотипы и т.п.) должно быть не менее 5 мм.
3. Для макетов, пересекающих корешок (2/1), необходимо наличие расстава\* в 2,5 мм. Это уже учтено в указанных размерах, дополнительная доработка не требуется! Расстав — это прием для корректного восприятия изображения, пересекающего корешок разворота. Его суть в дублировании узкой полоски изображения на стыке двух полос. На практике половинки изображения для правой и левой полос готовятся разрезанием не по линии корешка, а с заступом в 2,5 мм на соседнюю полосу. Нарезанные половинки смещаются вглубь «своей» полосы на те же 2,5 мм; лишние 2,5 мм на противоположном конце маскируются или подрезаются
4. Любые рекламные материалы должны содержать пометки «реклама» или «на правах рекламы», а также значок возрастного ограничения 0+, 6+, 12+, 16+, 18+.
5. Не допускаются к размещению макеты неэтичного и нарушающего законодательство содержания.