

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ, РАЗМЕЩАЕМЫМ В ИЗДАНИЯХ АО «КОНДЕ НАСТ»

Все материалы предоставляются в отдел рекламы АО «КОНДЕ НАСТ» (далее Исполнитель).

Адрес: 125009, Россия, Москва, ул. Большая Дмитровка, 11, стр. 7, АО «КОНДЕ НАСТ».

Телефон: +7 (495) 745-55-65; **факс:** +7 (495) 745-86-25, +7 (495) 777-00-25; **e-mail:** advert@condenast.ru

1. ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИЗДАНИЯ

1.1. Формат издания

- 1.1.1. Обрезной размер **основного издания «Vogue Россия»:** 220 × 285 мм
- 1.1.2. Обрезной размер **основного издания «GQ Россия»:** 213 × 277 мм
- 1.1.3. Обрезной размер **основного издания «GQ Style»:** 230 × 298 мм
- 1.1.4. Обрезной размер **основного издания «AD»:** 213 × 277 мм
- 1.1.5. Обрезной размер **основного издания «Tatler»:** 213 × 277 мм
- 1.1.6. Издание «Glamour» выпускается в двух форматах: PAD и POCKET.
 - 1.1.8.1. Обрезной размер **основного издания «Glamour»** в формате PAD: 186 × 248 мм.
 - 1.1.8.2. Обрезной размер **основного издания «Glamour»** в формате POCKET: 167 × 223 мм.
 - 1.1.8.3. Исполнитель на свое усмотрение определяет тираж издания «Glamour» для форматов PAD и POCKET.
 - 1.1.8.4. Рекламодатель предоставляет оригинал-макеты только для издания «Glamour» в формате PAD. Оригиналы-макеты рекламы для издания «Glamour» в формате POCKET от Рекламодателя не принимаются. Исполнитель самостоятельно уменьшает оригинал-макеты рекламы для формата POCKET. Претензии в связи с уменьшением формата оригинал-макета Исполнителем не принимаются.
- 1.1.7. Обрезной размер **основного издания «Glamour Style Book»:** 217 × 275 мм
- 1.1.8. **Формат приложений** может отличаться от формата основного издания. Пожалуйста, дополнительно уточните формат при размещении рекламы в специальных приложениях к основному изданию.

1.2. Способ печати

- 1.2.1. **Регулярные страницы журнала:** рулонная офсетная печать по стандарту ISO 12647-2:2004.
- 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.

TECHNICAL REQUIREMENTS FOR ADVERTISING MATERIALS PUBLISHED IN THE EDITIONS OF CONDE NAST JSC

All the materials should be submitted to Advertising Department of CONDE NAST JSC (hereinafter referred to as the Contractor).

Address: CONDE NAST JSC, Bolshaya Dmitrovka ul., 11, bld. 7, Moscow, Russia, 125009

Telephone: +7 (495) 745-55-65; **Fax:** +7 (495) 745-86-25, +7 (495) 777-00-25; **e-mail:** advert@condenast.ru

1. TECHNICAL SPECIFICATIONS OF THE EDITION

1.1. Magazine size

- 1.1.1. Trimmed size of the **main edition “Vogue Russia”:** 220 × 285 mm
- 1.1.2. Trimmed size of the **main edition “GQ Russia”:** 213 × 277 mm
- 1.1.3. Trimmed size of the **main edition “GQ Style”:** 230 × 298 mm
- 1.1.4. Trimmed size of the **main edition “AD”:** 213 × 277 mm
- 1.1.5. Trimmed size of the **main edition “Tatler”:** 213 × 277 mm
- 1.1.6. The edition “Glamour” is published in two formats: PAD and POCKET.
 - 1.1.8.1. Trimmed size of the **main edition “Glamour”** in PAD format: 186 × 248 mm.
 - 1.1.8.2. Trimmed size of the main edition “Glamour” in POCKET format: 167 × 223 mm.
 - 1.1.8.3. The Contractor himself specifies the print run for the edition “Glamour” in PAD and POCKET formats.
 - 1.1.8.4. The Advertiser shall provide Layouts only for the edition “Glamour” in PAD format. Advertising layouts for the edition “Glamour” in POCKET format aren't accepted from the Advertiser. The Contractor himself decreases Layouts to POCKET format. Claims of decreasing Layouts format aren't assumed by the Contractor.
- 1.1.7. Trimmed size of the **main edition “Glamour Style Book”:** 217 × 275 mm
- 1.1.8. **Sizes of supplements** may differ from that of the main edition. Please request the sizes if you want to place advertisement in special supplements to the main edition.

1.2. Printing processes

- 1.2.1. **Regular pages of the magazine:** web offset printing according to ISO 12647-2:2004 standard.
- 1.2.2. **Covers, insets, insertions:** sheet fed offset printing according to ISO 12647-2:2004 standard.

1.3. Inks, color sequence, total ink limit

- 1.3.1. **Regular pages of the magazine:** CMYK; color sequence — black, cyan, magenta, yellow; total ink limit — 300%.
- 1.3.2. **Covers, bound inserts, loose inserts:** CMYK + by request additional inks according to Pantone; color sequence — Pantone, black, cyan, magenta, yellow (if necessary, the Pantone inks may be printed after CMYK); total ink limit — 320–340%.
- 1.3.3. Additional embossing, hot foil stamping, cutting, spot and overall varnishing, other methods of printing and post-printing processing are also available by request for insets and insertions.

1.4. Binding methods of the magazine

- 1.4.1. For the main edition of the magazine — perfect binding.
- 1.4.2. For special supplements to the main edition — either perfect binding or saddle stitch. Request particular details, if necessary.

2. ФОРМАТ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

Оригинал-макеты должны направляться Рекламодателем в следующих размерах:

2.1. Реклама навyleт в «Vogue Россия»

- 2.1.1. 2/1 (разворот) — состоит из **двух страниц** формата **220 × 285 мм** (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины)
- 2.1.2. 1/1 (полоса) — **220 × 285 мм**
- 2.1.3. 1/2 полосы вертикально — **106 × 285 мм**
- 2.1.4. 1/2 полосы горизонтально — **220 × 142 мм**
- 2.1.5. 1/3 полосы вертикально — **73 × 285 мм**
- 2.1.6. 1/3 полосы горизонтально — **220 × 95 мм**
- 2.1.7. Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации навyleт для полностраничной рекламы — **228 × 293 мм**).

2.2. Реклама навyleт в «GQ Россия»

- 2.2.1. 2/1 (разворот) — состоит из **двух страниц** формата **213 × 277 мм** (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины)
- 2.2.2. 1/1 (полоса) — **213 × 277 мм**
- 2.2.3. 1/2 полосы вертикально — **102 × 277 мм**
- 2.2.4. 1/2 полосы горизонтально — **213 × 138 мм**
- 2.2.5. 1/3 полосы вертикально — **70 × 277 мм**
- 2.2.6. 1/3 полосы горизонтально — **213 × 92 мм**
- 2.2.7. Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации навyleт для полностраничной рекламы — **221 × 285 мм**).

2.3. Реклама навyleт в «GQ Style»

- 2.3.1. 2/1 (разворот) — состоит из **двух страниц** формата **230 × 298 мм** (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины)
- 2.3.2. 1/1 (полоса) — **230 × 298 мм**
- 2.3.3. 1/2 полосы вертикально — **109 × 298 мм**
- 2.3.4. 1/2 полосы горизонтально — **230 × 145 мм**
- 2.3.5. 1/3 полосы вертикально — **73 × 298 мм**
- 2.3.6. 1/3 полосы горизонтально — **230 × 95 мм**
- 2.3.7. Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации навyleт для полностраничной рекламы — **238 × 306 мм**).

2.4. Реклама навyleт в «AD»

- 2.4.1. 2/1 (разворот) — состоит из **двух страниц** формата **213 × 277 мм** (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины)
- 2.4.2. 1/1 (полоса) — **213 × 277 мм**
- 2.4.3. 1/2 полосы вертикально — **102 × 277 мм**
- 2.4.4. 1/2 полосы горизонтально — **213 × 138 мм**
- 2.4.5. 1/3 полосы вертикально — **70 × 277 мм**
- 2.4.6. 1/3 полосы горизонтально — **213 × 92 мм**
- 2.4.7. Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации навyleт для полностраничной рекламы — **221 × 285 мм**).

2.5. Модульная реклама в «AD»

- 2.5.1. 1/2 — **89 × 232 мм** или **182 × 114 мм**
- 2.5.2. 1/4 — **89 × 114 мм** или **182 × 55 мм**
- 2.5.3. 1/8 — **42,5 × 114 мм** или **89 × 55 мм**
- 2.5.4. 1/16 — **42,5 × 55 мм**
- 2.5.5. 1/32 — **42,5 × 25,5 мм**

2.6. Реклама навyleт в «Tatler»

- 2.6.1. 2/1 (разворот) — состоит из **двух страниц** формата **213 × 277 мм** (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины)
- 2.6.2. 1/1 (полоса) — **213 × 277 мм**
- 2.6.3. 1/2 полосы вертикально — **102 × 277 мм**

2. SIZES OF ADVERTISING PUBLICATIONS

Layouts should be sent by the Advertiser in the following sizes:

2.1. Advertisements with bleeds in the “Vogue Russia”

- 2.1.1. 2/1 (spread) consists of **two pages 220 × 285 mm** (Please do not provide a spread in the form of a single page with double width)
- 2.1.2. 1/1 (single page) — **220 × 285 mm**
- 2.1.3. 1/2 page in a vertical position — **106 × 285 mm**
- 2.1.4. 1/2 page in a horizontal position — **220 × 142 mm**
- 2.1.5. 1/3 page in a vertical position — **73 × 285 mm**
- 2.1.6. 1/3 page in a horizontal position — **220 × 95 mm**
- 2.1.7. The abovementioned sizes are trimmed sizes. If you use bleed images, the size of bleeds should be at least **4 mm** on either side (for instance, the size of background bleed picture for a single page advertisement is **228 × 293 mm**).

2.2. Advertisements with bleeds in the “GQ Russia”

- 2.2.1. 2/1 (spread) consists of **two pages 213 × 277 mm** (Please do not provide a spread in the form of a single page with double width)
- 2.2.2. 1/1 (single page) — **213 × 277 mm**
- 2.2.3. 1/2 page in a vertical position — **102 × 277 mm**
- 2.2.4. 1/2 page in a horizontal position — **213 × 138 mm**
- 2.2.5. 1/3 page in a vertical position — **70 × 277 mm**
- 2.2.6. 1/3 page in a horizontal position — **213 × 92 mm**
- 2.2.7. The abovementioned sizes are trimmed sizes. If you use bleed images, the size of bleeds should be at least **4 mm** on either side (for instance, the size of background bleed picture for a single page advertisement is **221 × 285 mm**).

2.3. Advertisements with bleeds in the “GQ Style”

- 2.3.1. 2/1 (spread) consists of **two pages 230 × 298 mm** (Please do not provide a spread in the form of a single page with double width)
- 2.3.2. 1/1 (single page) — **230 × 298 mm**
- 2.3.3. 1/2 page in a vertical position — **109 × 298 mm**
- 2.3.4. 1/2 page in a horizontal position — **230 × 145 mm**
- 2.3.5. 1/3 page in a vertical position — **73 × 298 mm**
- 2.3.6. 1/3 page in a horizontal position — **230 × 95 mm**
- 2.3.7. The abovementioned sizes are trimmed sizes. If you use bleed images, the size of bleeds should be at least **4 mm** on either side (for instance, the size of background bleed picture for a single page advertisement is **238 × 306 mm**).

2.4. Advertisements with bleeds in the “AD”

- 2.4.1. 2/1 (spread) consists of **two pages 213 × 277 mm** (Please do not provide a spread in the form of a single page with double width)
- 2.4.2. 1/1 (single page) — **213 × 277 mm**
- 2.4.3. 1/2 page in a vertical position — **102 × 277 mm**
- 2.4.4. 1/2 page in a horizontal position — **213 × 138 mm**
- 2.4.5. 1/3 page in a vertical position — **70 × 277 mm**
- 2.4.6. 1/3 page in a horizontal position — **213 × 92 mm**
- 2.4.7. The abovementioned sizes are trimmed sizes. If you use bleed images, the size of bleeds should be at least **4 mm** on either side (for instance, the size of background bleed picture for a single page advertisement is **221 × 285 mm**).

2.5. Modular advertising in the “AD”

- 2.5.1. 1/2 — **89 × 232 mm** or **182 × 114 mm**
- 2.5.2. 1/4 — **89 × 114 mm** or **182 × 55 mm**
- 2.5.3. 1/8 — **42,5 × 114 mm** or **89 × 55 mm**
- 2.5.4. 1/16 — **42,5 × 55 mm**
- 2.5.5. 1/32 — **42,5 × 25,5 mm**

2.6. Advertisements with bleeds in the “Tatler”

- 2.6.1. 2/1 (spread) consists of **two pages 213 × 277 mm** (Please do not provide a spread in the form of a single page with double width)
- 2.6.2. 1/1 (single page) — **213 × 277 mm**
- 2.6.3. 1/2 page in a vertical position — **102 × 277 mm**

- 2.6.4. 1/2 полосы горизонтально — **213 × 138 мм**
- 2.6.5. 1/3 полосы вертикально — **70 × 277 мм**
- 2.6.6. 1/3 полосы горизонтально — **213 × 92 мм**
- 2.6.7. Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации навывлет для полностраничной рекламы — **221 × 285 мм**).

2.7. Реклама навывлет в «Glamour»

- 2.7.1. 2/1 (разворот) — состоит из **двух страниц** формата **186 × 248 мм** (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины)
- 2.7.2. 1/1 (полоса) — **186 × 248 мм**
- 2.7.3. 1/2 вертикально — **89 × 248 мм**
- 2.7.4. 1/2 горизонтально — **186 × 120 мм**
- 2.7.5. 1/3 вертикально — **58 × 248 мм**
- 2.7.6. 1/3 горизонтально — **186 × 80 мм**
- 2.7.7. Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации навывлет для полностраничной рекламы — **194 × 256 мм**).

2.8. Модульная реклама в «Glamour»

- 2.8.1. 1/2 вертикально — **78 × 220 мм**
- 2.8.2. 1/2 горизонтально — **160 × 108 мм**
- 2.8.3. 1/3 вертикально — **51 × 220 мм**
- 2.8.4. 1/3 горизонтально — **160 × 71 мм**
- 2.8.5. 1/4 — **78 × 108 мм**

2.9. Реклама навывлет в «Glamour Style Book»

- 2.9.1. 2/1 (разворот) — состоит из **двух страниц** формата **217 × 275 мм** (пожалуйста, не предоставляйте разворот в виде одной страницы удвоенной ширины)
- 2.9.2. 1/1 (полоса) — **217 × 275 мм**
- 2.9.3. 1/2 вертикально — **104 × 275 мм**
- 2.9.4. 1/2 горизонтально — **217 × 135 мм**
- 2.9.5. 1/3 вертикально — **72 × 275 мм**
- 2.9.6. 1/3 горизонтально — **217 × 90 мм**
- 2.9.7. Выше приведены послеобрезные размеры. При использовании изображений под обрез размер вылетов должен быть не менее **4 мм** с каждой стороны (например, размер фоновой иллюстрации навывлет для полностраничной рекламы — **225 × 283 мм**).

2.10. Реклама на вклейке, вкладке или в приложении

- 2.10.1. Форматы рекламы на вклейке, вкладке или в приложении могут отличаться от указанных. Пожалуйста, уточните размер дополнительно в случае нестандартного размещения рекламы.
- 2.10.2. Вы можете скачать схему страниц обложечного гейт-фолда и типичных вклеек с нашего сайта: www.condenast.ru

3. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ (ОРИГИНАЛ-МАКЕТА РЕКЛАМЫ)

3.1. Форма предоставления рекламных материалов

- 3.1.1. Рекламные материалы могут быть предоставлены в виде файла верстки (+ файлы с изображениями и шрифтами), векторного файла или растрового файла.

3.2. Цвет

- 3.2.1. Все предоставляемые материалы должны быть в цветовой модели **СМУК (ISO 12647-2)**.
- 3.2.2. Вы можете скачать ICC-профайлы для цветоделения с нашего сайта: www.condenast.ru
- 3.2.3. 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.

- 2.6.4. 1/2 page in a horizontal position — **213 × 138 mm**
- 2.6.5. 1/3 page in a vertical position — **70 × 277 mm**
- 2.6.6. 1/3 page in a horizontal position — **213 × 92 mm**
- 2.6.7. The abovementioned sizes are trimmed sizes. If you use bleed images, the size of bleeds should be at least **4 mm** on either side (for instance, the size of background bleed picture for a single page advertisement is **221 × 285 mm**).

2.7. Advertisements with bleeds in the “Glamour”

- 2.7.1. 2/1 (spread) consists of **two pages 186 × 248 mm** (Please do not provide a spread in the form of a single page with double width)
- 2.7.2. 1/1 (single page) — **186 × 248 mm**
- 2.7.3. 1/2 page in a vertical position — **89 × 248 mm**
- 2.7.4. 1/2 page in a horizontal position — **186 × 120 mm**
- 2.7.5. 1/3 page in a vertical position — **58 × 248 mm**
- 2.7.6. 1/3 page in a horizontal position — **186 × 80 mm**
- 2.7.7. The abovementioned sizes are trimmed sizes. If you use bleed images, the size of bleeds should be at least **4 mm** on either side (for instance, the size of background bleed picture for a single page advertisement is **194 × 256 mm**).

2.8. Modular advertising in the “Glamour”

- 2.8.1. 1/2 in a vertical position — **78 × 220 mm**
- 2.8.2. 1/2 in a horizontal position — **160 × 108 mm**
- 2.8.3. 1/3 in a vertical position — **51 × 220 mm**
- 2.8.4. 1/3 in a horizontal position — **160 × 71 mm**
- 2.8.5. 1/4 — **78 × 108 mm**

2.9. Advertisements with bleeds in the “Glamour Style Book”

- 2.9.1. 2/1 (spread) consists of **two pages 217 × 275 mm** (Please do not provide a spread in the form of a single page with double width)
- 2.9.2. 1/1 (single page) — **217 × 275 mm**
- 2.9.3. 1/2 page in a vertical position — **104 × 275 mm**
- 2.9.4. 1/2 page in a horizontal position — **217 × 135 mm**
- 2.9.5. 1/3 page in a vertical position — **72 × 275 mm**
- 2.9.6. 1/3 page in a horizontal position — **217 × 90 mm**
- 2.9.7. The abovementioned sizes are trimmed sizes. If you use bleed images, the size of bleeds should be at least **4 mm** on either side (for instance, the size of background bleed picture for a single page advertisement is **225 × 283 mm**).

2.10. Advertisements placed into bound insert, loose insert or supplement

- 2.10.1. Sizes of advertisements placed into bound insert, loose insert or supplement may differ from the abovementioned. Please specify the size when non-standard placing of your advertisement is required.
- 2.10.2. You can download the page layout diagram of the cover gatefold and typical inserts from our website: www.condenast.ru

3. PROVISION OF ADVERTISEMENT MATERIALS (LAYOUT)

3.1. Type of provision of advertisement materials

- 3.1.1. Advertisement materials may be provided as a layout file (+ files of images and fonts), a vector file or a raster image file.

3.2. Color

- 3.2.1. All the materials submitted should be presented in the **CMYK (ISO 12647-2)** color model.
- 3.2.2. You can download ICC profiles for color separation from our website: www.condenast.ru
- 3.2.3. Files may use additional spot colors only for printing of advertisement on bound or loose inserts with additional inks. In this case, the number and names of spot colors (according to Pantone) should correspond with the inks listed in the specification for advertisement placement.

3.3. Файлы верстки

- 3.3.1. Материалы предоставляются в виде одностраничного/разворотного документа **InDesign**, собранного со всеми использованными иллюстрациями (см. п. 3.4 и п. 3.5 настоящего приложения) и шрифтами (см. п. 3.6 настоящего приложения).
- 3.3.2. Формат страницы документа должен строго **соответствовать обрезному формату издания** (см. п. 1.1 настоящего приложения). **Макет разворота** должен содержать **две страницы**, соответствующие формату издания.
- 3.3.3. Макет **не должен содержать** обрезные метки, приводные кресты и другую **служебную информацию**.

3.4. Растровые изображения

- 3.4.1. Растровые изображения должны быть предоставлены в формате TIFF или Photoshop EPS (binary).
- 3.4.2. Для **полутонных 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).
- 3.4.3. 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).
- 3.4.4. Файлы не должны содержать пути обтравки, которые не используются в макете.
- 3.4.5. В файле все слои должны быть объединены в один.
- 3.4.6. Сжатие в формате JPEG ухудшает качество безвозвратно. Для уменьшения объема файла мы рекомендуем использовать только сжатие LZW.
- 3.4.7. Мы не рекомендуем предоставлять весь макет в виде одного растрового файла, так как это существенно ухудшает качество текста в макете.

3.5. Векторные изображения

- 3.5.1. Векторную графику следует оформить в виде файла EPS, переведя шрифты в кривые или приложив использованные шрифты (см. п. 3.6 настоящего приложения).
- 3.5.2. Проконтролируйте минимальный размер шрифта и толщину линий (см. п. 4.2 настоящего приложения), особенно если EPS-файл масштабируется при размещении в программе верстки.
- 3.5.3. При подготовке векторного изображения в Adobe Illustrator с использованием прозрачностей не забудьте проконтролировать установки flattening.

3.6. Шрифты

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

3.7. Готовые к печати макеты в формате PDF

- 3.7.1. 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.).
- 3.7.2. Мы принимаем **композитные файлы** PDF версии 1.3, отвечающие стандарту PDF/X-1a (ISO 15930-4:2003).

3.3. Layout files

- 3.3.1. Materials should be submitted in the form of single-page/spreads **InDesign** document, collected with all the images used (see Articles 3.4 and 3.5 of the present Addendum) and fonts (see Article 3.6 of the present Addendum).
- 3.3.2. Page size should conform strictly to **the trim size of the magazine** (see Article 1.1 of the present Addendum). **Spread layout** should contain **two pages** of the size corresponding with that of the magazine.
- 3.3.3. Layout **should not contain** crop marks, registration marks and other **ordering information**.

3.4. Raster images

- 3.4.1. Raster images should be presented as TIFF or Photoshop EPS (binary) file.
- 3.4.2. **For halftone images** (CMYK, grayscale) files should have a sufficient quantity of pixels to produce a 100% final size with the resolution of **120 dots per centimeter (304.8 dpi)**. The resolution of 100 to 180 dots per centimeter (254 to 457.2 dpi) is acceptable.
- 3.4.3. **For single-bit images** (bitmap) files should contain a sufficient quantity of pixels to produce a 100% final size with the resolution of **480 dots per centimeter (1219.2 dpi)**. The resolution of 240 to 1200 dots per centimeter (609.6 to 3048 dpi) is acceptable.
- 3.4.4. The files should not contain clipping paths, which is not used in the layout.
- 3.4.5. In the submitted file all layers should be merged into one.
- 3.4.6. Compression into JPEG format deteriorates the quality irreparably. To decrease the file size we recommend using LZW compression only.
- 3.4.7. We do not recommend presenting the whole layout in the form of a single halftone image as it makes the quality of text in the layout considerably worse.

3.5. Vector images

- 3.5.1. Vector graphics should be presented as an EPS file, with fonts converted into curves or collecting the fonts used (for details, see Article 3.6 of the present Addendum).
- 3.5.2. Check carefully the minimal font size and the line weight (see Article 4.2 of the present Addendum), especially in cases when an EPS file is resized when placed in the layout file.
- 3.5.3. While preparing a vector image in Adobe Illustrator with the use of transparency tools do not forget to control flattening settings.

3.6. Fonts

- 3.6.1. The layout should use fonts in PostScript Type 1 format for **MacOS** or OpenType.
- 3.6.2. It is necessary to collect **all** the font styles used in the layout.
- 3.6.3. While preparing the layout on a **PC**, fonts should be converted into **curves** (except when cross-platform OpenType fonts are used).
- 3.6.4. In your layout, avoid use of font effects and fake styles created by layout application.

3.7. Press-ready layouts in PDF format

- 3.7.1. We accept **fully press-ready** files in PDF format. It implies that files should fully comply with all technical requirements including requirements for contents (see Article 5 of the present Addendum). We **do not make corrections** to such files by customer request (e.g. correction of grammar mistakes, adding/changing address, telephone number etc.).
- 3.7.2. We accept **composite PDF files**, version 1.3, complying with PDF/X-1a (ISO 15930-4:2003) standard.

- 3.7.3. 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.
- 3.7.4. Файлы должны содержать **trim box**, соответствующий обрезному формату издания (см. п. 1.1 настоящего приложения).
- 3.7.5. Файлы должны содержать **bleed box**, соответствующий формату издания с вылетами.
- 3.7.6. Файлы должны содержать метки реза (**crop marks**).
- 3.7.7. Метки реза не должны входить в зону вылета (bleed box).
- 3.7.8. Все растровые иллюстрации должны иметь необходимое разрешение (см. п. 3.4.2 и п. 3.4.3 настоящего приложения).
- 3.7.9. Все шрифты должны быть встроены в файл.
- 3.7.10. Файлы не должны содержать элементы с прозрачностью.
- 3.7.11. 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.
- 3.7.12. Вы можете скачать установки для Adobe InDesign и Adobe Acrobat для генерации корректного PDF с нашего сайта: www.condenast.ru
- 3.7.13. Мы не рекомендуем использовать непосредственный вывод PDF-файлов из Adobe Photoshop и Illustrator.

3.8. Отрастрированные материалы

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

3.9. Подготовка файлов для тиснения, лакирования, вырубки

- 3.9.1. При наличии дополнительных послепечатных процессов комплект сдаваемых материалов должен содержать **отдельные файлы** на каждый вид обработки (тиснение, лакирование, вырубка и т. д.).
- 3.9.2. Для обозначения области тиснения или лакирования необходимо использовать только **векторные объекты** со 100%-ной заливкой black или растровые **однобитные файлы** (bitmap).
- 3.9.3. **Недопустимо** использовать растровые **полутонные изображения** CMYK или grayscale, даже если они содержат только области, окрашенные в 100%-ный black.
- 3.9.4. Для обозначения линии вырубki 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).
- 3.9.5. Вместе с файлами для каждого вида послепечатной обработки необходимо предоставить контрольную черно-белую распечатку в 100%-ном масштабе.

3.10. Контрольные цветопробы

- 3.10.1. Цветопробы должны быть изготовлены с **предоставляемых финальных** файлов в 100%-ном масштабе.
- 3.10.2. 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).
- 3.10.3. На цветопробах должна иметься соответствующая маркировка и шкалы контроля качества цветопробы. Рекомендуемая шкала контроля — Ugra/FOGRA Media Wedge CMYK.
- 3.10.4. В случае отсутствия цветопробы требуется любая контрольная цветная распечатка в 100%-ном масштабе.
- 3.10.5. При отсутствии цветопробы или при предоставлении цветопробы, не соответствующей стандарту, цвет печати может отличаться от ожидаемого.

- 3.7.3. For **spread** advertisements, it is necessary to present either a single PDF file containing **two pages** (the first for the left part of the spread, and the second for the right part) or **two files**, one file containing the left part of the spread, and the second the right part; whether the page is left or right part should be indicated clearly in the file name.

- 3.7.4. The files must contain a **trim box** set to the trim size of the magazine (see Article 1.1 of the present Addendum).

- 3.7.5. The files must contain a **bleed box** set to the size of the magazine with bleeds.

- 3.7.6. The files should contain **crop marks**.

- 3.7.7. **Crop marks** must not be located in area of the bleed box.

- 3.7.8. All raster images must have the required resolution (see Articles 3.4.2 and 3.4.3 of the present Addendum).

- 3.7.9. All fonts must be embedded into the file.

- 3.7.10. The files must not contain any transparent elements.

- 3.7.11. The files should not include JavaScript or Actions, layers, forms to be filled or embedded PostScript fragments. They must also not have any settings for encryption and access by password.

- 3.7.12. You can download settings for Adobe InDesign and Adobe Acrobat to generate a correct PDF from our website: www.condenast.ru

- 3.7.13. We do not recommend using direct output of PDF files from Adobe Photoshop and Illustrator.

3.8. Rasterized materials

- 3.8.1. We **do not accept** files in TIFF/IT P1, copy dot TIFF, CT/LW, and PDF formats created by PageComposer (MatchFlow Composer), PDF/IT and other **pre-ripped files**.

3.9. Preparing files for stamping, varnishing, cutting

- 3.9.1. For any additional post-printing processing, the set of submitted materials should contain **separate files** for every type of processing (stamping, varnishing, cutting, etc.).

- 3.9.2. To mark the area for stamping or varnishing you must use **vector objects** only with 100% black filling or raster **single-bit files** (bitmap).

- 3.9.3. **It is inadmissible** to use raster **halftone images** CMYK or grayscale, even if they contain only area painted with 100% black.

- 3.9.4. You must use vector lines only to mark the cut line or perforation line. The line weight does not matter, but for a normal preview displaying or printout we recommend using lines of 0.5 pt (≈0.15 mm).

- 3.9.5. It is required that you provide a black-and-white printout in scale of 100% along with the file for every type of post-print processing.

3.10. Contract color proofs

- 3.10.1. Color proofs must be produced from the **provided final files** in the scale of 100%.

- 3.10.2. We only accept **digital color proofs** produced in compliance with ISO 12647-1:2004 and ISO 12647-2:2004 requirements. We recommend using only working processes certified by FOGRA (e.g. DuPont Digital Cromalin or EPSON-GMG).

- 3.10.3. The color proofs should have the corresponding marking and quality control scales. The recommended control scale is Ugra/FOGRA Media Wedge CMYK.

- 3.10.4. If a color proof is not available, it is necessary to provide us with color printout in the scale of 100%.

- 3.10.5. If a color proof is not provided or a color proof is incompatible with the abovementioned standards, the color of print may differ from what is expected.

- 3.10.6. Обращаем внимание, что стандартная цветопроба имитирует стандартный печатный процесс. В случае размещения рекламы на вклейке или вкладке с использованием нестандартного печатного процесса (печать на тонированной бумаге, кальке, фольге и т. п.; использование дополнительных красок — металлизированных, флуоресцентных и т. п.; лакировка или ламинирование), цветопроба дает только приблизительное представление о цвете и не регламентируется промышленными стандартами, поэтому Исполнитель не несет ответственности за соответствие цветопробе цвета рекламы в журнале.

4. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИЗАЙНУ

При невыполнении данных рекомендаций Рекламода-тель (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 ± 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 — ≈ 5 пунктов.
- 4.2.2. Минимальный читаемый размер цветного и белого текста — ≈ 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 (СМΥК — 0/0/0/100) с атрибутом оверпринт.
- 4.3.2. В крупных сплошных объектах черного цвета необходимо использовать составной черный цвет. Рекомендуются состав СМΥК — 60/45/45/100.

4.4. Оверпринт

- 4.4.1. Используется следующий алгоритм контроля оверпринта: на объектах белого цвета — оверпринт игнорируется; на объектах, окрашенных простым черным 0/0/0/100 (СМΥК), — устанавливается оверпринт; для других цветов — атрибут оверпринта остается без изменений.
- 4.4.2. Данный алгоритм не работает для объектов внутри растрового файла (например, черный текст в файле TIFF, слитый с фоном).
- 4.4.3. При необходимости использования простого черного цвета без оверпринта следует использовать цвет 1/1/1/100 (СМΥК).

- 3.10.6. Please note that the standard proof simulates a standard printing process. In the case of printing of advertisement on bound or loose inserts with using of the nonstandard printing process (printing on colored paper, tracing paper, foil, etc.), the use of additional colors — metallic, fluorescent, etc.; varnishing or laminating), a proof gives only approximate representation of the color and is not regulated with any industry standards. The Contractor shall not be responsible for compliance with the color proofs of the colors of advertisement in the magazine in this case.

4. DESIGN RECOMMENDATIONS

If the following recommendations are not observed, the Advertiser (Customer) shall be held responsible for possible printing mistakes.

4.1. Arrangement of design elements on the page

- 4.1.1. **Cut edges.** There is a ± 3 mm tolerance space for trimming of magazine block therefore you should not arrange important elements (text, logo etc.) closer than **5 mm** from the page edge.
- 4.1.2. **Elements arranged near spine.** Due to technological peculiarities of the perfect binding which may influence openability of the magazine block) you should not arrange readable elements closer than **5 mm** from the spine, and **important** readable elements (address block, logo, etc.) closer than **12 mm** from the spine.
- 4.1.3. **Spread elements.** It is necessary to take into consideration that lines, stripes and graphics objects crossing the spine may be displaced a little in the process of folding and binding (up to 3 mm in any direction).

- 4.1.4. **The text crossing the spread** should be arranged at a distance of at least **5 mm** from the spine.

- 4.1.5. **For background images printed in the spread** we recommend making the so-called turn-in, which is displacing the left and the right parts of the picture by **5 mm** to either side.

4.2. Minimal size of design elements

- 4.2.1. Minimal readable size of black text — ≈ 5 pt.
- 4.2.2. Minimal readable size of color and white text — ≈ 10 pt.
- 4.2.3. Minimal black line weight — 0.25 pt (≈ 0.1 mm).
- 4.2.4. Minimal color and white line weight — 1 pt (≈ 0.35 mm).
- 4.2.5. Minimal line weight for foil stamping — ≈ 1.5 pt (≈ 0.5 mm).
- 4.2.6. Minimal line weight for varnishing — ≈ 1.5 pt (≈ 0.5 mm).
- 4.2.7. Minimal line weight for embossing depends largely on paper thickness but should be at least 1.5 pt (≈ 0.5 mm).

4.3. Black objects

- 4.3.1. Text and thin black objects should always be printed in a simple black (CMYK — 0/0/0/100) with an overprint attribute.
- 4.3.2. For large solid black objects you should use a rich black color. The recommended composition of CMYK is 60/45/45/100.

4.4. Overprint

- 4.4.1. The following algorithm of overprint control is applied: for white color objects overprint is ignored; for simple black color objects with 0/0/0/100 (CMYK) overprint is forced; for any other color the overprint attribute should not be changed.
- 4.4.2. This algorithm does not work for objects within a raster-format file (e.g. black text in a TIFF file merged with the background).
- 4.4.3. When it is necessary to use simple black color without overprint, you should use color 1/1/1/100 (CMYK).

4.4.4. Несмотря на автоматический контроль оверпринта, следует внимательно следить за его использованием. Например, при изготовлении цветопробы без автоматического контроля оверпринта белые элементы с установленным оверпринтом не будут видны на цветопробе, однако появятся в журнале после принудительного игнорирования оверпринта 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. Общие требования редакций изданий

- 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».
- 5.1.2. Рекламодатель (Заказчик) гарантирует, что получил согласия от всех моделей, изображенных в рекламных материалах, на использование их образов в рекламных материалах. Если модели не исполнилось 18 лет, то Рекламодатель (Заказчик) гарантирует, что получил согласие, разрешение законных представителей модели на использование ее образа в рекламных материалах.
- 5.1.3. По запросу Исполнителя Рекламодатель (Заказчик) обязуется предоставить согласия моделей, изображенных в рекламных материалах, а также сведения и документ(ы), достаточные для установления возраста любой модели, чей образ содержится в рекламных материалах (например, свидетельство о рождении, паспорт, или водительские права, или другой официально признанный документ, удостоверяющий личность) и, при необходимости, разрешения законных представителей моделей. В случае отказа Рекламодателя (Заказчика) предоставить указанные выше сведения, согласия, документы, разрешения Исполнитель вправе отказать Рекламодателю (Заказчику) в размещении рекламного материала.

5.2. Дополнительные требования редакции «Vogue Россия»

- 5.2.1. Предоставляемые Исполнителю рекламные материалы не должны содержать образов моделей в возрасте до 16 лет, за исключением образов моделей-детей, участвующих в съемке(ах) детей и одетых надлежащим образом в детскую одежду.

5.3. Требования российского законодательства

- 5.3.1. Предоставляемые рекламные материалы должны отвечать требованиям российского законодательства, в частности закону «О рекламе», закону «О государственном языке Российской Федерации», «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — ФЗ «О защите детей»), Гражданскому кодексу. Рекламодатель (Заказчик) обязуется выполнять требования указанных законов, в том числе следующие их положения:

5.4. Пометка «реклама»

- 5.4.1. Согласно ст. 16 закона «О рекламе», размещение текста рекламы должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

4.4.4. Despite the automatic overprint control, you should control its usage very carefully. For instance, while preparing a color proof without automatic overprint control white elements with overprint set will not be seen in the color proof, but they will appear in the magazine after forced ignoring of overprint for white objects set in the printing house.

4.5. Recommendations for preparing layout for stamping, varnishing or cutting

- 4.5.1. In the varnishing process, there exists a 0.5 mm allowance for misregistration. Therefore you may have to increase the varnishing area by 0.5 mm if **it is necessary to ensure** guaranteed varnishing of a certain object in the layout.
- 4.5.2. In case of the foil stamping usage, there should be no elements repeating the foil area in the layout for printing.
- 4.5.3. Do not fail to verify the correct arrangement of design elements in the file for printing and design elements in files for post-print processing (stamping, varnishing, cutting, etc.).

5. REQUIREMENTS CONCERNING CONTENT OF ADVERTISING MATERIALS

5.1. Common magazines' editors requirements

- 5.1.1. We recommend that you should avoid text advertising materials confusingly similar to editorial materials of the magazine in your preparation of advertisements. It implies that they must not use the type specific to the magazine, names of the magazine columns, or layout similar to that of the magazine. In the top right corner of text advertising pages there should be a large horizontal (in 10 pt type at least) phrase “на правах рекламы” (phrase “published as advertisement” in Russian).
- 5.1.2. The Advertiser (Customer) guarantees that he had received approvals from all the models shown in the advertising materials for the use of their images in the advertising materials. If the model is under 18 years, the Advertiser (Customer) guarantees that he had received consents, permits of a model legal representatives to use his/her image in the advertising materials.
- 5.1.3. The Advertiser (Customer) shall provide the Contractor with approvals from all the models shown in the advertising materials and also information and document(s) sufficient to determine the age of any model whose image is contained in the advertising materials (e.g. birth certificate, passport, or driver's license, or other officially recognized identity document) and permissions of models' legal representatives on request of the Contractor. In case the Advertiser (the Customer) refuses to provide the Contractor with the above mentioned information, approvals, documents, permissions, the Contractor shall be entitled to refuse the Advertiser (Customer) in the placement of advertising material.

5.2. Additional requirements of «Vogue Russia» editor

- 5.2.1. The advertising materials provided to the Contractor should not contain images of models under the age of 16 years, with the exception of images of child models participating in children shoot(s) and when children are dressed appropriately in children's clothing.

5.3. Requirements of the Russian legislation

- 5.3.1. The advertising material provided must comply with the requirements of the Russian legislation, in particular the laws “On Advertising,” “On the official language of the Russian Federation”, “On protection of children from information harmful to their health and development” (hereinafter — law “On Protection of children”) and the Civil Code. The Advertiser (Customer) is obligated to fulfill the requirements of the abovementioned legislation, including the following provisions:

5.4. The “advertisement” note

- 5.4.1. According to Article 16 of the law “On Advertising,” publishing of the advertising text should be accompanied by “реклама” or “на правах рекламы” note (“advertisement” or “published as advertisement” note in Russian).

- 5.4.2. 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).
- 5.4.3. Вы можете скачать файл с пометкой «реклама» (текст, переведенный в кривые, в формате EPS) с нашего сайта: www.condenast.ru
- 5.4.4. 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.

5.5. Реклама биологически активных добавок (БАД)

- 5.5.1. Согласно ч. 1.1 ст. 25 закона «О рекламе» реклама БАД должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем **десять процентов рекламной площади**.
- 5.5.2. Обращаем ваше внимание, что данное предупреждение должно 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.

5.6. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг

- 5.6.1. Согласно ч. 7 ст. 24 закона «О рекламе», реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинских изделий 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** (об определении размера предупреждения см. п. 5.5.2 настоящего приложения).

5.7. Положения закона «О государственном языке Российской Федерации»

- 5.7.1. 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.

5.8. Предоставление информации о товаре

- 5.8.1. 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.

5.9. Знак информационной продукции

- 5.9.1. В случае размещения Рекламодателем (Заказчиком) рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ «О защите детей», в изданиях Исполнителя Рекламодатель (Заказчик) обязан разместить знак информационной продукции и (или) текстовое предупреждение об ограничении ее распространения среди детей с соблюдением требований ФЗ «О защите детей» в макете рекламы.

- 5.4.2. The note should be placed in the “safe zone” of the page (see Article 4.1.1 of the present Addendum) and be readable (see Articles 4.2.1 and 4.2.2 of the present Addendum).
- 5.4.3. You can download the file with the “реклама” note (text converted into vectors, saved in EPS format) from our website: www.condenast.ru
- 5.4.4. If the abovementioned note has not been included into the layout of the page, the Contractor has the right to insert such note without prior agreement of the Advertiser (Customer) concerning its design and location.

5.5. Advertising of biologically active additives (BAA)

- 5.5.1. According to Paragraph 1.1. of the Article 25 of the law “On Advertising”, the advertising of BAA must be accompanied by a warning that the object of advertising is not a medicament (in Russian) in every case, with at least **ten percent of advertisement space** allocated for such a warning.
- 5.5.2. Please take into consideration that this warning must comply with the established size in terms of the space occupied by the text block. Thus it is prohibited to design warnings in such a manner that the area (space) allocated for the warning complies with the established size, while the text block of the warning is smaller than the required size.

5.6. Advertising of medicaments, medical items and health services

- 5.6.1. According to Paragraph 7, Article 24 of the law “On Advertising,” advertising of medicaments and health services including methods of treatment and medical items must be accompanied by warning of side effects in their use and application, and the recommendation to read the instructions carefully or consult a doctor before using the medicine (in Russian). Such warning should have allocated at least **five percent of the advertisement space** (about assessment of warning see Article 5.5.2 of the present Addendum).

5.7. Provisions of the law “On the official language of the Russian Federation”

- 5.7.1. According to Article 3 of the law “On the official language of the Russian Federation,” advertising falls within the sphere of the compulsory usage of the official language of the Russian Federation. Therefore, should any foreign language be used in the advertising along with the official language of the Russian Federation, the texts in both Russian and foreign languages **must be identical in content and technical design** and readable. This provision does not cover the use of company or trade names, trademarks and service designations.

5.8. Provision of information on commodities

- 5.8.1. While placing advertisement of commodities (services, work), which is subject to licensing, obligatory certification or state registration, the Advertiser (Customer) shall in advance provide the Contractor with documentary evidence to prove availability of the corresponding license, certificate of compliance or state registration.

5.9. Sign of information products

- 5.9.1. In case the Advertiser (Customer) places advertising of information products to be classified in accordance with law “On Protection of children” in the Contractor’s editions the Advertiser (Customer) shall placement the sign of information products and (or) the warning message on the limitation of its spread among children in compliance with law “On Protection of children” in the layout of advertising.

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 соответствуют 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.

6. GUARANTEES AND LIABILITY

- 6.1.1. The Advertiser (Customer) guarantees that the advertisement is not unconscientious or unreliable, and that it fully complies with the requirements of the legislation of the Russian Federation, including the requirements of the legislation on the use of the official language of the Russian Federation, and that the goods (services, work) advertised do not fall into the category of goods the advertising of which is prohibited, and that it fully complies with the requirements established by Federal law No. 38 — law dated on March 13, 2006 “On Advertising.”
- 6.1.2. The Advertiser (Customer) is independently liable for compliance of advertising materials (layout page of the advertisement) with requirements of the Russian legislation concerning advertising.
- 6.1.3. Should the Contractor receive a written notice/decision (with a copy of the decision attached) of proceedings initiated by the Federal Antimonopoly Service of Russia for violation of the Russian Federation laws concerning the advertisement, published under a contract concluded with the Advertiser (Customer), the Advertiser (Customer) must submit all the documents required by the Contractor within 5 calendar days of receipt of the Contractor’s request.
- 6.1.4. Should the Contractor be brought to account due to the fact that the inserted advertisement defies in any way the requirements of the Russian Federation laws concerning advertising, the Advertiser (Customer) must make full-scale compensation to the Contractor for all fines, losses and expenses suffered and duly documented, including expenditures for legal representation in court, on condition that the Advertiser (Customer) provided the Contractor with the layout page, which does not comply with the requirements of the present Addendum and the legislation of the Russian Federation.
- 6.1.5. This compensation must be paid within 10 (ten) working days after the receipt of the Contractor’s bill and copies of documents confirming the losses (expenses) suffered (for instance, decisions to apply measures of administrative responsibility and/or sanctions), by the Advertiser (Customer).