



МЧС РОССИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВСЕРОССИЙСКИЙ ОРДЕНА «ЗНАК ПОЧЕТА» НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ИНСТИТУТ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ ОБОРОНЫ МИНИСТЕРСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ ПО ДЕЛАМ ГРАЖДАНСКОЙ ОБОРОНЫ, ЧРЕЗВЫЧАЙНЫМ
СИТУАЦИЯМ И ЛИКВИДАЦИИ ПОСЛЕДСТВИЙ СТИХИЙНЫХ БЕДСТВИЙ»**

ПРИКАЗ

17.01.2022

г. Балашиха

№ 4

О размещении в печатных, электронных, сетевых изданиях и на официальном сайте ФГБУ ВНИИПО МЧС России информационно-рекламных материалов производителей продукции аварийно-спасательного и пожарно-технического назначения

В соответствии с Уставом федерального государственного бюджетного учреждения «Всероссийский ордена «Знак Почета» научно-исследовательский институт противопожарной обороны Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий» (далее – ФГБУ ВНИИПО МЧС России), утвержденным приказом МЧС России от 16 декабря 2021 г. № 872, целью привлечения дополнительных источников финансирования, а также продвижения продукции аварийно-спасательного и пожарно-технического назначения и услуг в области пожарной безопасности на отечественном рынке, **п р и к а з ы в а ю:**

1. Утвердить прилагаемое Положение о размещении в печатных, электронных, сетевых изданиях и на официальном сайте федерального государственного бюджетного учреждения «Всероссийский ордена «Знак Почета» научно-исследовательский институт противопожарной обороны Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий» информационно-рекламных материалов производителей продукции аварийно-спасательного и пожарно-технического назначения.

2. Контроль за исполнением настоящего приказа оставляю за собой.

Начальник института

Д.М. Гордиенко

УТВЕРЖДЕНО
приказом ФГБУ ВНИИПО МЧС России
от 14.01.2022 № 7

**ПОЛОЖЕНИЕ
О РАЗМЕЩЕНИИ В ПЕЧАТНЫХ, ЭЛЕКТРОННЫХ, СЕТЕВЫХ
ИЗДАНИЯХ И НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
«ВСЕРОССИЙСКИЙ ОРДЕНА «ЗНАК ПОЧЕТА» НАУЧНО-
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ ОБОРОНЫ
МИНИСТЕРСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО ДЕЛАМ
ГРАЖДАНСКОЙ ОБОРОНЫ, ЧРЕЗВЫЧАЙНЫМ СИТУАЦИЯМ И
ЛИКВИДАЦИИ ПОСЛЕДСТВИЙ СТИХИЙНЫХ БЕДСТВИЙ»
ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ПРОДУКЦИИ АВАРИЙНО-СПАСАТЕЛЬНОГО И ПОЖАРНО-
ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ**

I. Общие положения

1. Положение о размещении в печатных, электронных, сетевых изданиях и на официальном сайте федерального государственного бюджетного учреждения «Всероссийский ордена «Знак Почета» научно-исследовательский институт противопожарной обороны Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий» (далее – ФГБУ ВНИИПО МЧС России или Институт) информационно-рекламных материалов производителей продукции аварийно-спасательного и пожарно-технического назначения разработано с целью привлечения дополнительных источников финансирования, а также продвижения продукции аварийно-спасательного и пожарно-технического назначения и услуг в области пожарной безопасности на отечественном рынке.

2. Размещение в печатных, электронных, сетевых изданиях и на официальном сайте Института информационно-рекламных материалов осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации, Уставом ФГБУ ВНИИПО МЧС России, утвержденным приказом МЧС России от 16 декабря 2021 г. № 872, приказом ФГБУ ВНИИПО МЧС России от 29 июня 2018 г. № 147 «Об организации приносящий доход деятельности ФГБУ ВНИИПО МЧС России» и осуществляется на основе договоров с юридическими и физическими лицами.

3. Информационно-рекламные материалы – это:

рекламный модуль – информация, выполненная в графическом изображении или с иллюстрациями, занимающая определенную стандартную площадь;

рекламная статья – информация, адресованная читателям журнала и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему. Содержит описание преимуществ работы с данной организацией (предприятием), описание услуг или приглашение на проводимые мероприятия, а также контактную информацию (адресный блок);

баннер – рекламное графическое изображение, размещенное в сети Интернет, имеющее ссылку на страницу с какой-либо информацией или на сайт рекламодача.

4. Стоимость размещения в печатных, электронных, сетевых изданиях и на официальном сайте Института информационно-рекламных материалов определяется на уровне сложившихся рыночных цен в соответствии с прайс-листом, утвержденным начальником Института.

5. Доход, полученный от привлечения, подготовки и размещения в печатных, электронных, сетевых изданиях и на официальном сайте Института информационно-рекламных материалов распределяется на подразделение Института, назначенным ответственным за данный вид деятельности и в соответствии с приказом ФГБУ ВНИИПО МЧС России от 29 июня 2018 г. № 147 «Об организации приносящий доход деятельности ФГБУ ВНИИПО МЧС России».

6. Контроль за размещением в печатных, электронных, сетевых изданиях и на официальном сайте Института информационно-рекламных материалов осуществляется начальником Института.

II. Правила приема информационно-рекламных материалов

7. Информационно-рекламные материалы для размещения в печатных, электронных, сетевых изданиях и на официальном сайте Института принимаются исключительно по тематике обеспечения пожарной безопасности. Заявки на размещение информационно-рекламных материалов направляются по электронной почте на официальный адрес e-mail: vnipro@vnipro.ru на имя начальника Института в виде гарантийного письма на бланке организации, заверенного подписью руководителя и печатью, где указывается:

название и номер журнала, а также вид издания (печатный, электронный, сетевой) или сайт Института;

количество полос, занимаемых под информационно-рекламный материал (для печатного издания);

банковские реквизиты плательщика;

телефон, факс, почтовый и юридический адрес организации;

фамилия, имя, отчество, телефон и e-mail контактного лица.

8. Информационно-рекламные материалы для размещения в печатное издание принимаются за два месяца и более до выхода номера журнала. В редакцию предоставляется электронная версия макета рекламного модуля и его распечатка в цвете, подписанная руководством организации. Редактирование текста рекламной статьи выполняется подразделением Института, ответственным за размещение информационно-рекламных материалов.

9. Информационно-рекламные материалы размещаются после 100%-ной предоплаты. Институт оставляет за собой право отказать в размещении материалов без объяснения причин.

III. Технические требования, предъявляемые к информационно-рекламным материалам

10. Общие требования:

Цветовая модель модуля – CMYK.

Модули предоставляются в двух видах:

все шрифты переведены в кривые;

без перевода шрифтов в кривые (для внесения возможной последующей правки).

Передаются все используемые шрифты и связанные объекты.

Масштаб внедренных изображений должны быть в пределах 95-105 %.

Растровые изображения должны иметь разрешение 250-300 dpi.

Штриховые черно-белые изображения должны иметь разрешение 600 dpi.

Сумма цветов элемента не должна превышать 300.

Для получения качественного отпечатка без «размытия» шрифт менее 6 пт не должен быть растровым, а шрифт менее 8 пт и линии толщиной менее 0,3 мм не должны содержать более двух цветов.

Макет модуля должен сопровождаться распечаткой или растровым эскизом сборки модуля.

В названии всех файлов желательно использование только латинского алфавита.

Формат имени присылаемых файлов: Company(AAxBB), где AA – ширина модуля в мм, BB – высота модуля в мм, Company – название компании рекламодателя.

При несоответствии любому из этих требований, издательство не несет ответственности за возможные искажения при публикации макета.

11. При размещении модуля на второй, третьей и четвертой полосах обложки, а также на вкладке (цветной блок)

При размещении модуля на второй, третьей и четвертой полосах обложки необходимо добавлять по 5 мм с каждой стороны на обрез.

При размещении рекламного модуля во внутреннем блоке (цветной блок) передавать распечатку модуля в цветном виде.

В большие плашки необходимо добавлять шум (около 5-10 %).

Оверпринт назначать только черному цвету.

Модуль не должен содержать элементов с толщиной линии менее 0,1 мм или Hairline.

Все цвета Pantone должны быть преобразованы в CMYK.

12. Размеры рекламных модулей (в мм)

Обложка (2-я, 3-я и 4-я страницы) – 213x300* [170x250]**.

Вкладка (цветной блок) – 170x250 * [160x235]**.

Рекламные блоки, размещаемые в тексте журнала:

½ полосы – 210x135* [160x116]**;

¼ полосы – 105x135* [95x106]**.

13. Допустимые форматы макетов

1. Adobe Illustrator CS5 EPS (CMYK; растровые изображения TIF внедрены в публикацию; шрифты переведены в кривые; без скрытых и заблокированных слоев и объектов; все элементы макета, с учетом маскированных объектов, должны помещаться в габаритных размерах модуля).

* Вылет в поле, припуск на обрез 5 мм.

** Границы размещения текстовой части.

2. Adobe Photoshop TIF (СМУК; 300 dpi; не должен иметь слоев; не должен включать профили ICC).

Для получения **качественного** оттиска необходимо учитывать параметры цветоделения:

Black Ink Limit: 95%;

Total Ink Limit (C%+M%+Y%+K%): 300%, в том числе для векторных и надпечатываемых объектов и эффектов;

минимальная растровая точка – **4%;**

растискивание – **20%.**

Модули в других форматах будут экспортированы в один из вышеперечисленных форматов: возможны искажения.

14. Требования к баннерам, информация для веб-дизайнеров

Все баннеры принимаются объемом строго до 25Кб.

Размер баннеров (ширина x высота) указан в пикселях (pixels): 255x75.

Разрешение изображения: 72 точки на дюйм (pixels/inch).

Формат графического изображения (баннера) – tif, jpg, jpeg, gif, png, swf.

Не допускается использование прозрачного фона во весь размер видимой части баннера.