

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ
к цифровым рекламно-информационным материалам для демонстрации
на цифровых экранах 15 м x 5 м

1. Требования к цифровым рекламно-информационным материалам:

- длительность: 5 сек. (125 кадров), 10 сек. (250 кадров), 15 сек. (375 кадров);
- разрешение и ориентация: 1440 x 480 пикселей;
- не допускается использование белого фона, т.к. он равен максимальной яркости диодов, что засвечивает текстовую информацию и мелкие элементы в макете - затрудняет прочтение информации; Процент «загрязнения» фона должен быть не менее 15% от цвета (серого, голубого, желтого и тд.).

2. Техническая спецификация:

2.1. Для статического контента:

- Формат - jpg, bmp, ico, gif, png с прозрачной подложкой в цветовой схеме RGB

2.2. Для анимированного контента:

- Видео в mp4, wmv, asx, asf, mpeg1, mpeg2, mpeg4, h.264, dvd, vcd, xvid, divx, mov, mp4, rmvb, avc1, qtrle на кодеке H264 с битрейтом 5МБ/сек.

2.3. Минимальная высота размера шрифта: 16 пикселей (что соответствует 150мм).

2.4. . В роликах, в которых имеется два сюжета, смена сюжета должна производиться путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости.

2.5. Обязательная информация, выполненная мелким шрифтом, выносится на дисклеймер (доп. кадр).

3. Содержание контента должно отвечать требованиям 38-ФЗ «О рекламе», в том числе:

3.1. Реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Продолжительность такого предупреждения должна быть не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра.

3.2. Реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. Продолжительность такого предупреждения должна быть не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра.

3.3. При распространении информационной продукции необходимо классифицировать продукцию путём указания возрастных ограничений:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших шести лет;
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет.