

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: 3 сек (75 кадров), 6 сек. (150 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. Формат видео - AVI, цветовая палитра - RGB, без компрессии, без кодеков и звука.
- 2.2. Статические изображения также должны быть в формате AVI и цветовой схеме RGB.
- 2.3. Минимальная высота размера шрифта: 16 пикселей (что соответствует 150 мм).
- 2.4. В 12 секундных роликах, в которых имеется два сюжета, смена сюжета должна производиться через 6 сек 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.