

Технические требования к исходным материалам для изготовления РИМ и распространения РИМ на цифровых конструкциях

1. Названия роликов должны быть набраны латиницей и содержать: наименование (так как оно внесено в СР) Заказчика/клиента-рекламодателя (далее по тексту – Заказчик), сюжет, город, дату начала трансляции, хронометраж в сек. **ПРИМЕР: Mvideo_iphone_SPB_1211_10s**

2. Названия роликов не должны содержать следующие знаки:

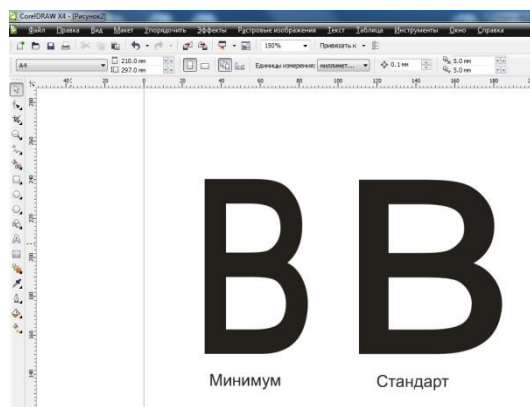
Восклицательный знак - !	черта - / \
Кавычки - "	Двоеточие - :
Знак номера - #	Точка с запятой - ;
Знак доллара - \$	Угловые скобки - < >
Знак процента - %	Знак равно - =
Амперсанд - &	Вопросительный знак - ?
Апостроф - '	Знак «собачка» – @
Круглые скобки - ()	Прямые скобки - []
Звездочка - *	Знак вставки - ^
Запятая - ,	Гравис - `
Точка - .	Фигурные скобки - { }
Обратная и прямая косая	Тильда - ~
	Знак плюс - +

3. Размещение РИМ Заказчика.

3.1. В данном случае технические требования (далее по тексту – ТТ) к РИМ таковы:

- формат mp4 (кодек сжатия H.264)
- продолжительность – 5 сек (или кратное 5 сек)
- идентификатор кодека mp41/mp42 (запрещен isom)
- профиль и Level кодека Main@5.1
- битрейт не более 12000 kbps
- без звуковой дорожки

- частота кадров 25 к/сек
- построчная развертка (progressive)
- пиксели квадратные



- тексты в РИМ должны отображаться четко, легко читаться и находиться на **контрастном** фоне, не должны смешиваться с другими элементами дизайна



- размер (вес) файла не должен превышать 20 мегабайт
- при мультисюжетной компании различия должны быть отражены в названии контента
- в случае, если дисклеймер размещается поверх других элементов дизайна, он должен быть размещен на специальной плашке, обеспечивающей контрастное отображение.

Стол, который всегда с тобой

HÄRÖ/ГЭРО
садовый стол, 55x60см

1499.-

ИКЕА

Дисклеймер

- текст дисклеймера должен быть набран простым рубленным шрифтом

Сложно прочитать
рукописные шрифты

СЛОЖНО ПРОЧИТАТЬ
художественный шрифты

Сложно прочитать
шрифты с широкими элементами букв

Сложно прочитать
шрифты с тонкими буквами

Сложно прочитать
шрифты с засечками

Сложно прочитать
шрифты с близко расположенными буквами

Читаеть легко
простые шрифты начертания Normal

ЧИТАТЬ ЛЕГКО
плакатно-афишные шрифты

Читаеть легко
шрифты средней контрастности

Читаеть легко
четкие и насыщенные шрифты

3.2. Размер и разрешение РИМ.

Для цифрового билборда 3х6:

- Разрешение 1440x720рх, пропорции 2:1.
- минимальная высота шрифта текста должна быть не менее 75 мм (18 пикселей)
- шрифт, не вытянутый по высоте, с соотношением сторон не больше чем 1 к 1.5

Для цифрового суперсайта 15х5:

- Разрешение 1728x576рх, пропорции 3:1.
- минимальная высота шрифта текста должна быть не менее 100 мм (16 пикселей)
- шрифт, не вытянутый по высоте, с соотношением сторон не больше чем 1 к 1.5

Для цифрового ситиборда 2.7х3.7:

- Разрешение 1536x1152 рх, пропорции 4:3
- минимальная высота шрифта текста должна быть не менее 40 мм (16 пикселей)
- шрифт, не вытянутый по высоте, с соотношением сторон не больше чем 1 к 1.5

- **(Для Москвы и Екатеринбурга!)** в первые и последние секунды ролика не желательно ставить динамичные сцены и размещать важную информацию.

- **(Для Москвы!)** не допускается использование белого фона при демонстрации изображений в постере. Процент «загрязнения» фона должен быть не менее 8% от цвета (серого, голубого, желтого и т.д.)

- **(Для Москвы!)** - в соответствии с п.4.1.5. Правил установки и эксплуатации рекламных конструкций в городе Москве, утвержденных Постановлением Правительства Москвы от 12 декабря 2012 г. N 712-ПП (далее по тексту – Правила), доведение до потребителя рекламных сообщений/изображений на рекламных конструкциях с помощью изображений, демонстрируемых на электронных носителях, должно производиться с использованием технологии статичного изображения, без использования динамических эффектов, содержащих аудиовизуальные произведения (за исключением медиафасадов). Смена изображения в светлое время суток должна производиться не чаще одного раза в 5 секунд, продолжительность смены изображения должна составлять более 2 секунд и производиться путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости. Смена изображения в темное время суток должна производиться не чаще одного раза в 5 секунд, продолжительность смены изображения должна составлять более 2 секунд и производиться путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости.

В 10-сек роликах, в которых имеется два сюжета, смена сюжета должна производиться через 5 сек путем плавного снижения яркости до нулевого значения и последующего плавного повышения яркости.

3.3. Макет РИМ должен быть предоставлен для юридической оценки на соответствие требованиям действующего законодательства РФ о рекламе в части ответственности рекламодателя не позднее, чем за 10 (десять) календарных дней до начала распространения РИМ.

3.4. Макет постера должен быть предоставлен для технической оценки на соответствие Техническим требованиям не позднее, чем за 10 (десять) календарных дней до начала распространения РИМ.

4. Производство РИМ отделом дизайна ООО «Гэллэри Сервис».

4.1. В данном случае у Заказчика запрашивается послыйный креатив по следующим ТТ :

- заполненный бриф на адаптацию или производство анимированного постера (см. приложение 1)

- формат (послойный без склейки слоев): tiff, ai, psd, cdr, eps *

- растровые макеты должны соответствовать размерам и пропорциям экрана:

для 3x6 - макеты в размере не менее 1440x720, не более 2880x1440 пикселей, пропорции макета 2:1

для 2.7x3.7 - макеты в размере не менее 1536x1152, не более 3072x2304 пикселей, пропорции макета 4:3

для 15x5 - макеты в размере не менее 1728x576, не более 3456x1152 пикселей, пропорции макета 3:1,

- предпочтительнее цветовая система RGB (СМΥК**),
- если текст не переведен в кривые, Заказчик (клиент) должен предоставить используемые шрифты,
- (Для Москвы!) не допускается использование белого фона при демонстрации изображений в постере.

* - допустимые версии: ai, eps, tiff, (не выше Illustrator 2019); psd, psb (не выше Photoshop 2019); cdr (не выше X 19).

** - при предоставлении исходного материала в палитре СМΥК могут возникнуть несоответствия цвета при переводе изображения в цветовую систему RGB.

Если для клиента важно точное воспроизведение цветов на цифровых конструкциях ему необходимо точно указывать в макетах номера Pantone и самостоятельно проверять реальную трансляцию на цифровых билбордах (различные варианты для выбора и утверждения – так как цветопередача зависит от многих факторов: калибровки, текущей яркости, внешнего освещения и угла обзора).

5. Дисклеймер в РИМ:

Стандарты размещения дисклеймера:

Москва:

5.1. Дисклеймер размещается на специальной «Плашке» (как и на статике) и демонстрируется в течение экспозиции самого постера 5 сек, по две строки с хронометражем кратным количеству строк (время деленое на количество двойных строк дисклеймера).

Например, в дисклеймере случайным образом оказалось 6 строк (до 10) – демонстрация со сменой текста дисклеймера с хронометражем 1.67 сек - См. вложение Disclaimer 5sec.

*Ограничения: не более 10 строк с высотой шрифта 100 мм. Цветовая гамма Плашки дисклеймера – контрастная, позволяющая четко воспринимать размещенную информацию.

5.2. При невозможности компоновки дисклеймера в 10 строк с высотой шрифта 100 мм предлагаются следующие варианты:

5.2.1. Хронометраж постера увеличивается до десяти секунд. Дисклеймер размещается на специальной «Плашке» (как и на статике) и демонстрируется в течение экспозиции самого постера 10 сек, по две строки с хронометражем, кратным количеству строк (время деленое на количество двойных строк дисклеймера). - См вложение Disclaimer 10sec.

5.2.2. Постер разбивается на два сюжета: сам постер 5 сек + брендированный дисклеймер 5 сек – См. вложение Disclaimer 5+5sec

Регионы:

Применяется вариант размещения для Москвы п.1, либо «классический» вариант компоновки: 4 сек (постер) + 1 сек (брендированный дисклеймер). См.вложение Disclaimer 4+1sec

5 сек - http://youtu.be/C_fyenjwjkQ

10 сек – <http://youtu.be/QSuXN-nUAfY>

4+1 - <https://youtu.be/KEijL7-eBSs>

5+5 - <http://youtu.be/oIaR2cycHrU>

4. Анимированный постер:

Демонстрация изображений на цифровых конструкциях должна производиться с использованием статичных изображений или в режиме "анимированного постера".

Анимированный постер – постер с минимальными дополнительными элементами, например: переливы, вращение, перемещение элементов и т.п., распространение которых занимает не более 50% поля цифровой конструкции, при условии статичности постера. Запрещено использование видео контента телевизионных роликов, содержащих развитие сюжетной линии и требующих постоянного внимания (для понимания сюжетной линии в целом) к изображению во время его демонстрации.

5. Основные требования при распространении рекламы отдельных видов товаров

На протяжении всего ролика (в каждом кадре) должны демонстрироваться:

В рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг, и финансовой деятельности: наименование финансовой организации или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (банки, ломбарды, микрофинансовые организации, потребительские кооперативы, платежные системы и т.п.), наименование страховой организации;

В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи: информация о продавце (наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя);

В рекламе сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие): сроки проведения такого мероприятия; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения;

В рекламе, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости: содержать адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной федеральным законом; наименование застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение;

В рекламе информационной продукции: категория данной продукции (знак информационной продукции);

В рекламе лекарственных средств, медицинских изделий, медицинских услуг, медицинской деятельности: предупреждающая надпись об имеющихся противопоказаниях и необходимости проконсультироваться со специалистом. Надпись должна занимать 5% рекламной площади;

В рекламе БАД (биологически активная добавка): БАД. Не является лекарственным препаратом. Надпись должна занимать 10% рекламной площади.

В случае, если в тексте дисклеймера демонстрируется иная дополнительная информация, вышеуказанная информация выделяется жирным контрастным шрифтом по отношению к фону и дополнительной информации.

В соответствии с требованиями ст.13 Федерального закона от 13.02.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» ООО «Гэллэри Сервис» имеет право запросить, а Заказчик предоставить документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям настоящего Федерального закона, в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации.