



Технические требования к макетам для наружной рекламы

1. Форматы файлов

Электронные оригинал-макеты принимаются в следующих форматах:

CorelDRAW (до версии 2021 ver. 23 включительно)

Adobe Photoshop (до версии CC ver. 21 включительно)

Adobe Illustrator (до версии CC ver. 25 включительно)

Adobe PDF (до версии X включительно)

Не принимаются файлы, созданные в формате MACINTOSH

Не принимаются файлы форматов MS Word, MS Excel, MS Power Point

2. Шрифты

Все шрифты должны быть **переведены в кривые**. Если макет невозможно перевести в кривые, и вы не можете написать PS или PDF-файл, обязательно предоставляются только те шрифты, которые использованы в публикации. Каждая гарнитура должна содержать весь набор начертаний (Plain, Bold, Italic, Bold-Italic). Не следует верстать системными шрифтами (шрифтами, которые устанавливаются в систему в процессе инсталляции Windows: Arial, Courier, Times New Roman и т.п.). Шрифты должны быть в формате PostScript Type1.

3. Размеры и допуски

Размер страницы публикации должен быть равен обрезному формату в величинах, кратных 1 мм (без десятых, сотых, тысячных долей). Обрезной формат изделия может быть указан только 1 способом — размером страницы в вашем файле, направляющие не являются показателем обрезного формата.

4. Цвет

Цветовая модель. Все элементы верстки, растровые и векторные изображения должны быть представлены в цветовых моделях CMYK. **Цветовые модели в пространстве RGB не принимаются для печати!**

Черный текст меньше 24 пунктов, а также черные штриховые объекты (линии, рисунки, текст в кривых) должны быть покрашены в CMYK 0-0-0-100. Всем объектам, имеющим цвет 0-0-0-100, при растривании задается атрибут Overprint (печать поверх всех красок). Более крупные черные элементы верстки и векторных изображений, расположенные поверх цветных объектов, должны иметь цвет 1-0-0-100, чтобы избежать эффекта «прозрачности черного» при печати с атрибутом Overprint. Большие по площади черные плашки должны быть покрашены в «составной черный» цвет (C50, M45, Y35, K100).

5. Растровые изображения

Все графические файлы должны быть предоставлены в следующих цветовых моделях:

- **CMYK**
- **Grayscale**
- **Bitmap**

Все растровые графические файлы должны быть предоставлены в следующих форматах:

- **TIFF** (без LZW компрессии)
- **EPS** (без JPEG компрессии, Halftone Screen, Transfer Function, PostScript Color Management)

Достаточным разрешением для растровых изображений является 300 dpi. Для широкоформатной печати баннеров допустимо разрешение 150dpi. Глубина цвета должна быть равна 8bit. Разрешение, необходимое для качественной печати баннеров должно составлять не менее 120-150dpi, иначе возможно ухудшение качества, появление артефактов и «лесенок» на элементах дизайна и шрифтах. Допустимо использование LZW-сжатия при сохранении файлов в формате tiff.

Внутренние файлы PhotoShop (PSD) для использования в других программах нужно перевести в TIFF, иначе это может привести к искажению макета. Размер изображения задается в PhotoShop, а не в программе верстки, допустимое масштабирование в программе верстки 20%. Мы не гарантируем корректный вывод макетов с линками в формате PSD, вы можете оставить PSD-файлы, но только под свою ответственность. Следует избегать и значительного (более 10% площади) кадрирования изображений в программах верстки. Изображения с прозрачным фоном и/или повернутое на угол от 90, 180 или 270 градусов в программе векторной графики должно быть отрастрировано с фоном в единый TIFF.



Технические требования к изготовлению аудиороликов для радио

MP3 (44100Hz; 320kbp/s; stereo)



Технические требования к изготовлению видеороликов для светодиодного экрана на Герцена

Технические требования для видеороликов:

Format: MPEG-4
Format/Info: Advanced Video Codec
Format profile: Main@L4
Codec ID: avc1
Codec ID/Info: Advanced Video Coding
Nominal bit rate: up to 25.0 Mb/s
Width: 800 pixels
Height: 600 pixels
Frame rate mode: Constant
Frame rate: 25.000 FPS / 30.000 FPS
Audio: NO Audio

NO Audio – в контейнере даже не должно быть аудиодорожки!

Расширение: WMV

Размер файлов не более 100 Мб/мин.

Размер экрана: 8 х 6 метров.



Технические требования к изготовлению видеороликов для светодиодного экрана на Посадской

Технические требования для видеороликов:

Format: MPEG-4
Format/Info: Advanced Video Codec
Format profile: Main@L4
Codec ID: avc1
Codec ID/Info: Advanced Video Coding
Nominal bit rate: up to 25.0 Mb/s
Width: 768 pixels
Height: 384 pixels
Frame rate mode: Constant
Frame rate: 25.000 FPS / 30.000 FPS
Audio: NO Audio
Расширение: WMV

NO Audio – в контейнере даже не должно быть аудиодорожки!

Размер файлов не более 100 Мб/мин.

Размер экрана: 8 х 4 метров.



Технические требования к изготовлению видеороликов для светодиодного экрана на Октябрьской

Технические требования для видеороликов:

Format: MPEG-4
Format/Info: Advanced Video Codec
Format profile: Main@L4
Codec ID: avc1
Codec ID/Info: Advanced Video Coding
Nominal bit rate: up to 25.0 Mb/s
Width: 1152 pixels
Height: 576 pixels
Frame rate mode: Constant
Frame rate: 25.000 FPS / 30.000 FPS
Audio: NO Audio

NO Audio – в контейнере даже не должно быть аудиодорожки!
Расширение: WMV

Размер файлов не более 100 Мб/мин.

Размер экрана: 6 х 3 метров.



Технические требования к изготовлению видеороликов для светодиодного экранов: Московская / Пролетарская

Технические требования для видеороликов:

Format: MPEG-4
Format/Info: Advanced Video Codec
Format profile: Main@L4
Codec ID: avc1
Codec ID/Info: Advanced Video Coding
Nominal bit rate: up to 25.0 Mb/s
Width: 1152 pixels
Height: 768 pixels
Frame rate mode: Constant
Frame rate: 25.000 FPS / 30.000 FPS
Audio: NO Audio
Расширение: WMV

NO Audio – в контейнере даже не должно быть аудиодорожки!

Размер файлов не более 100 Мб/мин.

Размер экрана: 6 х 4 метров.



Юридические требования к содержанию видеороликов для светодиодного экрана

Варианты набивок ЭКРАНЫ:

1) Медицинские услуги, набивка о противопоказаниях (не менее 5 сек. и не менее 7 % от площади кадра):

**"ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО
ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ"**

2) Простые акции с подарком (не менее 3 сек.):

Срок акции с_по_. Подробности __-(указать телефон/сайт/ у продавцов-консультантов по адресу: г.__ул.__, д.). Количество подарков ограничения (указывается, если ограничено).

3) Простая акция с подарком и скидкой (не менее 3 сек.):

Срок акции с_по_. Подробности __-(указать телефон/сайт/ у продавцов-консультантов по адресу: г.__ул.__, д.). Количество подарков ограничения (указывается, если ограничено).

4) Реклама стимулирующего мероприятия (не менее 3 сек.):

- Общий срок проведения стимулирующей акции (с указанием года проведения),
- «Подробности об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения на сайте _____/по телефону _____»;

5) Реклама такси / Реклама диспетчерских (не менее 3 сек.):

__ - информационный сервис, транспортные услуги осуществляют перевозчики, имеющие разрешения.

6) Реклама с дистанционными продажами (не менее 3 сек.):

Для юр. лица:

наименование,

индекс,

место нахождения

и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица(ОГРН);

Для ИП

фамилия, имя, отчество - полностью

основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя(ОГРНИП).

7) Безалкогольное пиво

«НЕ ЯВЛЯЕТСЯ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ» или знаком (пиктограммой) обозначения безалкогольного пива.

Данное предупреждение / знак (пиктограмма) обозначения безалкогольного пива должно размещаться на протяжении всего рекламного материала, быть контрастным и хорошо читаемым. Размер знака (пиктограммы) должен быть не менее 5% от площади кадра.

8) Реклама биологически активных добавок (БАД) (не менее 5 сек. и не менее 7 % от площади кадра):

"НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ".

Набивка «ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ» не носит обязательный характер, возможна только в случае, если в инструкции или аннотации указаны противопоказания к применению рекламируемого БАД.

К набивке "ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ" технических требований нет

9) Реклама ДДУ (не менее 3 сек.):

Застройщик "_____". С проектной декларацией можно ознакомиться на сайте наш.дом.рф (жирным выделить).

Можно указывать название ЖК, если оно есть в проектной декларации.

10) Оптика + продажа солнцезащитных очков (не менее 5 сек. и не менее 7 % от площади кадра):

"ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ"

(в случае если в салоне продаются только солнцезащитные очки, что подтверждается письмом, набивка не нужна)

11) Аптека (не менее 5 сек. и не менее 7 % от площади кадра):

"ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ".

Набивка носит обязательный характер ТОЛЬКО если в РМ присутствует какой-либо лекарственный препарат или мед. изделие. В имиджевой рекламе аптеки данная набивка не обязательна.

12) Детское питание, продукты, предназначенные для использования в качестве заменителей женского молока, продукты, включенные в рацион ребенка в течении первого года жизни.

«Товары _____ (в примере – «Агуша») предназначенные для питания детей с _____ (указать со сколько месяцев или лет). Необходимо проконсультироваться со специалистом.»

13) Реклама фин. услуг/кредитов/займов (например от КПК или МФО) (набивка не менее 3 сек.):

В ролике должно быть указано

Наименование или имя лица, оказывающего данные услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество);

Все условия оказания соответствующих услуг, если в рекламном материале сообщается хотя бы одно из таких условий:

- Сумма займа с __ по __;
- Срок займа от __ до;
- Срок возврата займа;
- Валюта;
- Процентная ставка;
- При применении переменной ставки – указать порядок её определения;
- Дополнительные расходы, а именно страхование рисков, в том числе жизни, здоровья заемщика, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования, иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов, необходимость оценки закладываемого имущества и т.п.).

При этом, Заказчик не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, достаточно перечисления таких расходов. Размер и способ доведения до потребителей сведений об условиях предоставления кредита в рекламе должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на стоимость кредита, воспринимается потребителями указанным образом.

В случае упоминания в ролике о страховании сбережений, указываем страховую согласно лицензии или фразу: **Страхование осуществляется по тарифам выбранной клиентом страховой компании из списка аккредитованных банком.**



Юридические требования к содержанию аудиороликов для радио

Варианты набивок для РАДИО:

1) Медицинские услуги, фраза о противопоказаниях (не менее 3 с):

"ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ"

2) Простые акции с подарком и/или скидкой (можно ускоренно, но чтобы было разборчиво):

Срок акции с __ по __ (с указанием года). Подробности по __ - (указать телефон/сайт/ у продавцов-консультантов по адресу: г. __ ул. __, д.). Количество подарков ограничения (указывается, если ограничено).

3) Реклама стимулирующего мероприятия (можно ускоренно, но чтобы было разборчиво):

- Общий срок проведения стимулирующей акции (с указанием года проведения), «Подробности об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения на сайте _____ /по телефону _____»;

4) Реклама такси / Реклама диспетчерских (можно ускоренно, но чтобы было разборчиво):

___ - информационный сервис, транспортные услуги осуществляют перевозчики, имеющие разрешения.

5) Реклама с дистанционными продажами (можно ускоренно, но чтобы было разборчиво):

Для юр. лица:

наименование,

место нахождения (достаточно одного наименования города в соответствии с ЕГРЮЛ).

и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица(ОГРН);

Для ИП

фамилия, имя, отчество - **полностью**

основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя(ОГРНИП).

6) Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда:

"ЧРЕЗМЕРНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ" (с 23 ч. до 7 ч.)

7) Безалкогольное пиво (можно ускоренно, но чтобы было разборчиво)

«НЕ ЯВЛЯЕТСЯ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ» ИЛИ «БЕЗАЛКОГОЛЬНОЕ ПИВО».

8) Реклама биологически активных добавок (БАД) (не менее 3 сек.):

"НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ".

Набивка «ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ» не носит обязательный характер, возможна только в случае, если в инструкции или аннотации указаны противопоказания к применению рекламируемого БАД.

К набивке "ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ" технических требований нет

9) Реклама ДДУ (можно ускоренно, но чтобы было разборчиво):

Застройщик "_____". С проектной декларацией можно ознакомиться на сайте наш.дом.рф.

Можно указывать название ЖК, если оно есть в проектной декларации.

10) Оптика + продажа солнцезащитных очков (не менее 3 сек.):

"ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ"

(в случае если в салоне продаются только солнцезащитные очки, что подтверждается письмом, набивка не нужна)

11) Аптека (не менее 3 сек.):

"ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ".

Набивка носит обязательный характер ТОЛЬКО если в РМ присутствует какой-либо лекарственный препарат или мед. изделие. В имиджевой рекламе аптеки данная набивка не обязательна.

12) Детское питание, продукты, предназначенные для использования в качестве заменителей женского молока, продукты, включенные в рацион ребенка в течении первого года жизни.

«Товары _____ (в примере – «Агуша») предназначенные для питания детей с _____ (указать со сколько месяцев или лет). Необходимо проконсультироваться со специалистом.»

13) Реклама фин. услуг/кредитов/займов (например от КПК или МФО) (набивка не менее 3 сек.):

В ролике должно быть указано

Наименование или имя лица, оказывающего данные услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество);

Все условия оказания соответствующих услуг, если в рекламном материале сообщается хотя бы одно из таких условий:

- Сумма займа с __ по __;

- Срок займа от __ до;

- Срок возврата займа;

- Валюта;

- Процентная ставка;

- При применении переменной ставки – указать порядок её определения;

- Дополнительные расходы, а именно страхование рисков, в том числе жизни, здоровья заемщика, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования, иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов, необходимость оценки закладываемого имущества и т.п.).

При этом, Заказчик не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, достаточно перечисления таких расходов. Размер и способ доведения до потребителей сведений об условиях предоставления кредита в рекламе должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на стоимость кредита, воспринимается потребителями указанным образом.

(например, «необходимо страхование жизни, здоровья заемщика, залог, оценка имущества»)

В случае упоминания в ролике о страховании сбережений, указываем страховую согласно лицензии или фразу: **Страхование осуществляется по тарифам выбранной клиентом страховой компании из списка аккредитованных банком.**