

Технические требования к электронным постерам, размещаемых на светодиодных экранах

Основная задача ролика – **повысить эффективность рекламной кампании**, и для этого его необходимо сделать простым и понятным, но в то же время ярким, выразительным и информативным: логотип, 2-3 строчки текста (крупным шрифтом), телефон (адрес или сайт);

Специфика требований обусловлена тем, что человек может задержать взгляд на светодиодном экране всего на 2-3 секунды. За это время необходимо предоставить ему максимальное количество информации в оптимально доступной форме, которое он может за это время прочитать, привлекая к себе внимание анимацией и контрастными цветами, чтобы обратить на себя взгляд аудитории.

	Экран 3x4м	Экран 3x6м	
Расположение	УТТ	ТЦ Русь, ТРЦ Ковров-МОЛЛ, ПКиО им. В.А. Дегтярева	Вкусно – и точка ТЦ Мандарин Фитнес клуб Xfit
Пропорция	4:3	2:1	2:1
Размер экрана	4,0 x 3,0 м	5,76 x 2,88 м	5,76 x 2,88 м
Шаг пикселя	P25	P10	P5
Цветовая модель	2R1G1B	1R1G1B	SMD
Минимальное расстояние наблюдения (шаг x 1000)	25 метров	10 метров	5 метров
Максимальное расстояние наблюдения (высота x 25)	75 метров	75 метров	75 метров
Скорость смены	2 секунды	2 секунды	2 секунды
Блок	300 сек	300 сек	300 сек
Кол-во показов в сутки	288	288	288
Предоставляемые файлы макетов (роликов) электронных постеров для трансляции на светодиодном экране должны соответствовать следующим требованиям:			
Размер изображения (кадра)	160x120 пикселей (px)	576x288 пикселей (px)	1152x576 пикселей (px)
Тип Электронного постера	Статичный /Динамичный (видео – 25 кадров/сек)		
Сжатие	JPG 100% / PNG без прозрачности / MP4 (MPEG4)		
Длительность (сек)	от 5 до 60 секунд / кратно 5, можно ставить серию статичных		
Развертка	прогрессивная (без полей)		

Для наиболее эффективного восприятия ролика на видеозэкранах мы рекомендуем:

- Разрабатывая макет, начинайте работы с подготовки правильного размера, макеты не в размер при подгонке делают его не читаемым и бесполезным
- Крупный **полужирный шрифт не менее 16px** (от 25% высоты экрана) без блеска и/или теней.
- Рекомендуется использовать шрифт семейства **Sans Serif** (например, Courier, Times New Roman, Arial, Geneva, Helvetica, Verdana или Tahoma)
- Минимальная **толщина линий и отступов** от краев не менее **4 пикселей**
- Минимальное текстовое наполнение (**не больше 7 слов**) — что, где, когда. При этом не рекомендуется указывать город, а так же сокращения вроде "ул." и/или "тел.", они не несут особой смысловой нагрузки, а за их счет можно выиграть пространство и использовать его для увеличения общего размера текста.
- Не более **15 знаков** в строке, не более **3 строк** в кадре (**за исключением микротекста, который представляет юридически необходимую информацию**)
- **Постоянное наличие логотипа** и основной необходимой информации на протяжении всего ролика размером **не менее 20%** от размера экрана.
- Не рекомендуется использовать в ролике **белый фон на более чем 60% поверхности (эффект ослепления)**, рекомендуется использовать светлый текст на темном фоне.
- Для повышения восприятия и читабельности на большом расстоянии необходимо использовать контрастное сочетание цветов текста и фона:
 - Черный текст на белом или желтом фоне
 - Зеленый текст на белом фоне
 - Желтый текст на синем или черном фоне
 - Синий текст на желтом фоне
 - Белый текст на синем или зеленом

ЮРИДИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ

- 2.1. В случае, если в ролике указана стоимость товара либо услуги, необходимо указать, действительна ли она на постоянной основе или только в какие-то определенные временные рамки (и указать точные сроки).
- 2.2. В случае, если в ролике содержится информация об акции, конкурсе, лотерее, розыгрыше призов или специальном предложении, необходимо указать сроки, место проведения акции, а так же информационный источник, по которому можно получить детальную информацию (номер телефона, адрес сайта и т.п.).
- 2.3. Если в ролике упомянута скидка либо распродажа, необходимо указать сроки действия скидки/распродажи, место проведения распродажи, а также соотношение цены со скидкой к предыдущей стоимости товара или услуги.
- 2.4. В случае, если для ведения вида деятельности, который рекламируется, необходима лицензия (банки, страховые компании, объекты строительства и т.д.), в ролике необходимо указать номер лицензии, дату выдачи и наименование органа, который выдал лицензию.
- 2.5. В случае, если в рекламном ролике есть упоминания о том, что продукт или услуга «уникальны», «самые главные», «самые лучшие», «лидеры», «единственные» и т.п. – необходимо предоставить и указать в ролике подтверждение таких фактов
- 2.6. Рекламный ролик должен соответствовать всем требованиям Законов РФ «О рекламе», «Об авторском праве и смежных правах», «О защите общественной морали», «О защите от недобросовестной конкуренции», «О защите прав потребителей». Информация в рекламном ролике должна быть достоверной, добросовестной. Право на использование изображения третьих лиц в рекламном ролике, авторских и смежных прав, торговых марок и т.д. должны подтверждаться документально.