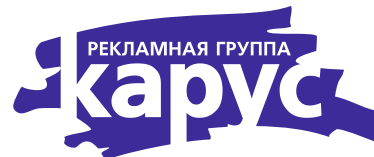


## ТРЕБОВАНИЯ К СТИКЕРАМ ДЛЯ ПРИЗМАВИЖНА



### Рекламный щит 6 x 3 м. (стандарт)

МНОГОКАНАЛЬНЫЙ (351) 731-88-88

- Материал: матовая белая непрозрачная самоклеящаяся пленка PERMANENT (тип: Oracal 640, ORAJET 3640), не менее 100 мкр.
- Печать фрагментами 1,2 x 3,0 м., + нахлёсты между фрагментами 2-3 см
- Цветность 4+0
- Размер постера 6 x 3 м
- Запечатываемое поле\* (фон, картинка) 6 x 3 м
- Минимальная высота букв 50 мм. (Текст на постере должен отображаться четко, легко читаться и находиться на контрастном фоне, не должен смешиваться с другими элементами дизайна.)

\* Рекомендуется не располагать значимую информацию (текст, адреса, телефоны и т.п.) ближе 0,1 м от края постера.

\* Постеры должны быть герметично упакованы в плотный материал (бумага, винил, пленка и т.п.), изображением вовнутрь

## ТРЕБОВАНИЯ ПОВЫШЕННОЙ ВИДИМОСТИ

### Жирным шрифтом должна быть выделена следующая информация:

- в сроках стимулирующего мероприятия и в указании источника информации о нем;
- в наименовании банка, включая его организационно-правовую форму (ООО, АО);
- в наименовании застройщика, в полном наименовании (включающем организационно-правовую форму — ПАО, АО, ООО и т.п.) банка, иного лица, предоставляющего финансовую услугу в связи с покупкой рекламируемого жилья, в информации о месторазмещении проектной декларации, в информации о жилищном накопительном кооперативе;
- информация по дистанционным продажам (интернет-магазины), когда указывается наименование, адрес и ОГРН продавца — юридического лица и Фамилия, имя и отчество, ОГРНИП — продавца-ИП;

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. Данная надпись (Например: «Имеются противопоказания. Необходимо проконсультироваться со специалистом.») должна составлять по размеру не менее чем 5% (пять процентов) рекламной площади (макета) без учета межстрочного пространства.

Реклама биологически активных добавок (БАД) должна сопровождаться предупреждением, что объект рекламирования не является лекарственным средством. Такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 10% рекламной площади (пространства).

**Примечание:** Если постер не соответствует техническим требованиям, гарантия на размещение постера не предоставляется.