

ТРЕБОВАНИЯ К ВИНИЛОВЫМ ПОСТЕРАМ



Рекламный щит 6х3м (стандарт)

МНОГОКАНАЛЬНЫЙ (351) 731-88-88

- **Материал:** виниловое полотно Frontlit, матовый. Состав: высокопрочная 100% полиэстерная нить, 7/7 на см², температурная устойчивость от -30 до +70 °С, прочность на разрыв при силе натяжения 2500 Н/5см.
- **Плотность материала** 450-650 г/м²
- **Печать** односторонняя, цветность 4+0
- **Габаритный размер** полотна 6200 x 3200 мм. По периметру полотна белые поля по 100 мм
- **Запечатываемое поле** (фон, картинка) 6000 x 3000 мм.
- **Видимое поле** полотна 6000 x 3000мм
- **Рекомендуемое поле** для помещения значимой информации (текст, адреса, логотип, телефоны и т. п.) 5800 x 2800 мм, относительно центра постера.
- **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.)

Схема винилового постера



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

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 местеразмещения 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.