

ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ ЗВУКОВОЙ РЕКЛАМЫ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ АУДИОРОЛИКАМ, ТРАНСЛИРУЕМЫМ В ЭФИРЕ ПЕТЕРБУРГСКОГО МЕТРОПОЛИТЕНА

Необходимо прислать Письмо-заявку с текстом рекламы и указанием желаемых времени, даты, срока трансляции звукового объявления, реквизитов вашей организации, телефона и имени ответственного лица. Письмо-заявка должно быть подписано руководителем и главным бухгалтером, иметь печать организации. Возможна подача заявки по электронной почте или по факсу. На каждое объявление оформляется отдельная заявка.

Готовый ролик предоставляется Заказчиком не позднее, чем за 2 (два) рабочих дня до размещения в эфире, по электронной почте или на любом электронном носителе с интерфейсом USB.

Доверенность (в случае оплаты рекламных услуг за наличный расчет). См. бланк доверенности.

К рекламному ролику должны быть приложены текст ролика и отчет об использованных в ролике музыкальных произведениях российских и зарубежных правообладателей по форме, требуемой РАО, заверенные подписью уполномоченного лица и печатью организации. Рекламные материалы должны сопровождаться копиями сертификатов и/или лицензий и/или разрешений на рекламируемые товары и/или услуги в установленных законодательством случаях, а также заверенными копиями договоров или выписками из договоров о передаче авторских и смежных прав на произведения, использованные в рекламном ролике.

Исполнитель оставляет за собой право не принимать к размещению ролики, когда рекламный продукт не соответствует ФЗ «О рекламе», нарушает этику, имеет содержание, способствующее нарушению безопасности поездки пассажиров, обладающее оскорбляющим воздействием на пассажиров, имеет политический характер и т.д.

Аудиоролики транслируются по всем наклонным ходам станций метрополитена одновременно.

Сетка трансляции блоков объявлений указана в прайс-листе, по требованию заказчика предоставляется эфирная справка о проведении рекламной кампании. Для проведения профилактических работ в метрополитене или в связи с неисправностями возможны отключения отдельных станций от сети трансляции.

К трансляции принимаются следующие ролики: студийного качества, моно, либо (в случае стерео) моно-совместимые, с частотой семплирования и глубиной бит не ниже 44,1КГц 16бит. Если используется сжатие, то только в формат MP3, битрейтом не ниже 192 Кбит/с (допустимый минимум), рекомендуемый — 320Кбит/с; хронометраж ролика не более 60 сек.

Общие рекомендации при подготовке аудиоролика заказчиком (учитывая особенности акустики наклонных ходов эскалаторов метрополитена):

- обеспечить уровень записи музыкальной подложки на 3-6dB ниже уровня дикторского текста (это примерно в 2-4 раза тише), при этом аудиоролик не будет восприниматься тише в общем потоке рекламного блока;
 - дикторский текст должен звучать внятно, разборчиво;
 - быстрый темп дикторского голоса может ухудшить его разборчивость, желательно произносить текст с небольшими паузами, что повышает качество восприятия звукового объявления;
 - более эффективно прослушивается музыкальная вставка с преобладанием высоких частот, чем дикторский текст на подложке;
 - допускается небольшая реверберация в области верхних частот, реверберация и дилэй в низких недопустимы;
 - при создании аудиоролика отслеживать его моно-совместимость, либо предоставлять материал сразу в моно-формате;
 - уровень динамической компрессии не должен быть слишком глубоким, не следует завышать уровень подложки путем применения сильной компрессии;
 - дикторский текст и подложка не должны находиться в одинаковом частотном диапазоне (к примеру: если текст диктора находится в области средних и низких частот, то, соответственно, подложка должна находиться в области средних и высоких частот);
 - голос диктора при монтаже должен находиться строго в центре панорамы, вокальный ролик будет лучше восприниматься без стереоэффектов;
 - для улучшения восприятия рекламного сообщения пассажирами, желательно чтобы эмоциональная окраска аудиоролика была теплой, жизнерадостной, спецэффекты умеренными.
- Образцы аудиороликов можно прослушать на сайте www.kommet.ru