**Технические требования к рекламным материалам,  
 предоставляемым для размещения на сайте** [**www.newkaliningrad.ru**](http://www.newkaliningrad.ru/)**.**

**Реклама должна соответствовать:**

— требованиям действующего законодательства, в т. ч. закону «О рекламе» (в особенности статей, касающихся скрытой, недобросовестной, недостоверной рекламы и рекламы некоторых видов товаров);   
— содержанию той страницы, на которую она ведет;   
— техническим требованиям к рекламным материалам (см. ниже).

**Технические требования к баннерам**

**Технические требования к баннерам GIF, JPEG:**  
— объем (вес) файла не должен превышать 150 КБ;  
— поддерживаемые форматы: GIF, JPEG;  
— каждый баннер должен иметь сопроводительный текст длиной не более 150 символов (выдается в поле alt на странице показа);   
— не принимаются баннеры с мигающими крупными элементами или фоном, с резкими перемещениями элементов, существенно отвлекающими пользователя от работы со страницей сайта.

**Технические требования к баннеру-растяжке:**

— общая ширина – любая (т.к. баннер будет растянут на 100% ширины окна браузера);

— рекомендуемая (!) ширина области баннера (не «подложки», которая будет растянута на 100%) для размещения картинок, текста, контактов: 800-1200px;

— максимальная высота 100px, минимальная 90px, рекомендуемая 100px;

— объем (вес) файла не должен превышать 200 КБ;

— поддерживаемые форматы: GIF, JPEG, HTML;

— не принимаются баннеры с мигающими крупными элементами или фоном, с резкими перемещениями элементов, существенно отвлекающими пользователя от работы со страницей сайта.

**Технические требования к баннерам HTML5:**

— HTML-кодом баннера может быть любая HTML верстка, в том числе и HTML5, с CSS стилями и JavaScript кодом. Наиболее предпочтительно включать CSS стили и JavaScript код в основной код баннера;

— Файлы, подключенные с внешних ресурсов, обязательно должны быть доступны по ссылке https (защищенный канал)

— Баннер не должен содержать файлы других рекламных площадок (adriver, adFox)

— предпочтительно задание относительных, а не абсолютных путей к подключаемым файлам в коде баннера;

— учет кликов в баннере: при наличии элементов, реагирующих на активность пользователя или содержащих разные ссылки для перехода в рамках одного баннера, необходимо указать в текстовом приложении место ссылок в коде, так как для учета кликов в код баннера необходимо внести изменения;

— передача баннера: наиболее оптимальным будет упаковка баннера и подключаемых файлов в единый архив в формате: zip, tar tar.gz, 7z . При этом код баннера необходимо разместить в файле index.html, расположенный в корне архива;

— не допускаются баннеры с аудио-сопровождением;   
— баннер не должен сильно нагружать процессор компьютера пользователя при отображении на странице:   
а) для тестирования уровня загрузки процессора рекламными материалами используется специально выделенный компьютер (Intel Pentium, тактовая частота — 1,2 ГГц, 512 МБ оперативной памяти и 128 МБ видео-памяти) c установленной операционной системой Windows XP. Компьютер настроен стандартным образом для работы в офисе;   
б) для тестирования загрузки процессора загружается специальная страница, содержащая только тестируемый баннер. Другие программы при этом не запущены;   
в) для оценки загрузки используется стандартный TaskManager;   
г) при таком тестировании баннер не должен потреблять более 50% процессорных ресурсов согласно данным в закладке Performance в Task Manager (UpdateSpeed установлен в значение High);   
д) считается, что баннер требует слишком много ресурсов, если загрузка более 50% ресурсов процессора происходит в течение заметного времени (доли/единицы секунд) или максимальная загрузка процессора в пике составляет более 70%.

— Размер баннера: предпочтительный размер баннеров не более 300 кб. Чем больше размер баннера, тем медленней он прогружается в браузере пользователя, соответственно падает эффективность.

**Требования к рекламным текстам:**

**Пресс-релиз:**

— Заголовок: до 77 знаков (с пробелами);

— Лид (текст, публикуемый в ленте новостей /news, содержащий ключевую идею пресс-релиза): не более 100 знаков (с пробелами);

— Текст (в форме новости): до 2500 знаков (с пробелами), 2 фото (до 350 на 300 пикселей для горизонтальных, до 200 на 300 пикселей для вертикальных), 4 гиперссылки, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео);   
— Текст (в форме фоторепортажа): до 1000 знаков (с пробелами), 5 фото\*\* (для слайд-шоу), 4 гиперссылки, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео).

**Публикация (статья/фоторепортаж/интервью):**

— Заголовок: до 77 знаков (с пробелами);

— Лид: не более 100 знаков (с пробелами);   
— Текст (**в форме статьи**): до 6000 знаков (с пробелами), 10 фото, 8 гиперссылок, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео);

— Текст (**в форме фоторепортажа**): до 2000 знаков (с пробелами), 35 фото, 4 гиперссылки, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео);

— Текст (**в форме интервью**): текст до 8000 знаков (с пробелами), 10 фото, 8 гиперссылок, контактные данные (логотип, адрес, телефоны, сайт, ссылка на видео).

**Рекламные материалы в обязательном порядке сопровождаются сообщением «на правах рекламы» в тексте материала и графической пометкой PR в ленте новостей для пресс-релизов.**

Рекламные материалы, присланные в формате «html», к размещению на сайте не принимаются.

**В текстах рекламных сообщений не допускается:**

— использование заглавных букв, помимо случаев, предусмотренных нормами русского языка, в том числе использование формы обращения «вы» с заглавной буквы (в русском языке заглавные буквы принято использовать в начале предложений, в названиях и именах собственных, а также в аббревиатурах (аббревиатура — сложносокращённое слово, образованное из начальных букв или слогов какого-либо словосочетания (например: СНГ, ГИБДД, ПДД). Эта норма касается и названий фирм, учреждений, организаций, если они не являются аббревиатурами);

— использование в заголовке неизвестных, непопулярных аббревиатур, незнакомых читателю (например: ПДД, МВД, УФАС — можно, ПДМГВ — нельзя, т.к. никто не поймет, что это, о чем идет речь). Неизвестные, непопулярные аббревиатуры, использованные в тексте, подлежат обязательной расшифровке;   
— использование более одного восклицательного знака в предложении, а также использование восклицательных знаков в двух и более предложениях подряд (например: «Внимание! Акция! Не пропустите! Приглашаем за покупками!»). Использование восклицательного знака и в заголовке, и в лиде одновременно;   
— использование более 2-х цветов шрифта;

— более одного предложения в заголовке;

— отсутствие глагола в заголовке. Если заголовок не содержит глагола, то в начале заголовка ставится источник релиза — название фирмы без формы собственности и двоеточие (например: «Детский мир»: на новом месте и со скидками! или «Дубрава»: веники для бани и сауны и многое другое). Заголовок должен выражать суть текста;

— использование отчеств. Официальных лиц и других ньюсмейкеров необходимо представлять только по имени-фамилии (не Сигизмунд Семенович Семенов, а Сигизмунд Семенов);

— использование текстов, не имеющих никакого смысла, а состоящих по факту из набора несочетаемых слов, образующих нелепые конструкции;   
— написание всех названий без кавычек;

— написание названия одной и той же компании на разных языках.

**Требования к фото:**   
Размер изображений \*   
— до 900 на 600 пикселей для горизонтальных\*\*,   
— до 400 на 600 пикселей для вертикальных\*\*

\* Не допускается размещение изображений, состоящих из одного только текста.   
\*\*Фотографии, присланные в максимально допустимом разрешении, размещаются в виде слайд-шоу

Фотографии, присланные в файлах формата «docx», а также фотографии плохого качества к размещению на сайте не принимаются.

Видеоролики предварительно должны быть загружены на [www.youtube.com](http://www.youtube.com/), vimeo.com или иной распространённый видеохостинг.