**Реклама на остановках городского транспорта и лайтпостерах**

В 1964 г. в Европе были установлены первые остановки городского транспорта с рекламными панелями - гениальное изобретение француза Деко (J.C.Decaus), основателя мировой рекламной империи. Рекламные панели позволяли бесплатно получать городскую мебель, потому что установка таких остановок финансировалась не из городского бюджета, а фирмами, владеющими павильонами. При этом выигрывали не только город и его жители, но и рекламодатели, т.к. они получали возможность продлить время контакта с их рекламой, а значит и усилить ее воздействие.

В ожидании транспорта пассажиры рассматривали интересные красочные плакаты. Впервые за всю историю наружной рекламы продолжительность контакта не ограничивалась 7 секундами, а растянулась на весь период ожидания транспорта, равный в среднем 10 минутам. Постепенно панели остановок выделились в самостоятельный вид городской мебели - информационные стенды, на одной стороне которых, как правило, размещалась карта города или другая городская информация, а на другой - реклама. Со временем реклама заняла и информационную сторону. Формат 1,2 м х 1,8 м начал свое победоносное шествие по Европе.

К середине 90-х гг., по оценкам крупнейшего английского рекламного концерна "More'Ferrall", формат 1,2 м х 1,8 м - наиболее быстро растущий сектор рынка наружной рекламы. Лайтпостеры и павильоны составляют 14 % рынка наружной рекламы в Англии, - во Франции, 15 % - в Санкт - Петербурге, - в Москве. В Америке процент павильонов с рекламными панелями также растет: если в 1993 г. павильоны занимали 5 % , то в 1995 г. - уже . .

Размер рекламного поля 1,2 м х 1,8 м (т.н. "сити - формат") приобретает все большую популярность и является признанным стандартным размером в наружной рекламе. Единый размер открывает безграничные возможности для проведения одновременных рекламных кампаний по всему миру.

В России лайтпостеры стали вторым (после щитов размером 3 м х 6 м) наиболее распространенным видом рекламоносителей.

**Размер и особенности**

Стандартный размер рекламного поля - 1,2 м х 1,8 м. Высота самого рекламоносителя - от 2 м до 2,3 м, в зависимости от типа конструкций; такая высота позволяет изображению находиться на уровне глаз как пешехода, так и водителя и пассажира.

Все павильоны и лайтпостеры имеют две рекламные стороны и внутреннюю подсветку. Ярко освещенные рекламные панели павильонов привлекают особенное внимание вечером и ночью, что дает высокий рекламный эффект, поскольку рекламный плакат работает 24 часа в сутки. Кроме того, они способствуют ощущению безопасности, чем еще больше усиливается привлекательность рекламных образов.

**Размещение**

Функциональность павильонов и небольшие размеры лайтпостеров позволяют устанавливать их в центральных районах города - как вдоль загруженных автомобильных магистралей, пересекающих центр, так и на узких тротуарах и на пешеходных зонах.

Благодаря сдержанному дизайну и утилитарности, павильоны легко и органично вписываются в любую городскую среду. Легкие, прозрачные, они не разрушают сложившийся облик старинных улиц, что дает возможность их установки даже в самой посещаемой - исторической - части и в других престижных районах города.

Пропорции и дизайн лайтпостеров также не нарушают гармонии центральных улиц, что дает преимущество при выборе мест для их размещения. Как правило, лайтпостеры устанавливаются сериями из нескольких рекламоносителей. Такое расположение позволяет добиться повторяемости образа и способствует его запоминанию.

Сосредоточение павильонов и лайтпостеров в самых оживленных районах и ключевых местах города, деловых и торговых центрах увеличивает эффективность использования рекламоносителя данного формата.

**Сроки размещения рекламы**

Минимальный срок контракта на размещение рекламы - 1 месяц. Максимальный срок - не ограничен.

**Условия размещения рекламы**

Минимальная серия состоит из 25 сторон. Диапазон цен достаточно широк и определяется как количеством сторон в серии, так и сроками размещения. Стоимость одной стороны колеблется от 350 до 500 долл. США в месяц.

**Методы изготовления изображения**

Чаще всего рекламные плакаты изготавливаются методом двухсторонней офсетной печати. Стоимость тиража (200 плакатов) - 4 500 долл. США.