



ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ  
ΕΛΕΓΧΟΥ  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



**Οδηγός Καλής Πρακτικής  
για Ευανάγνωστους  
Κυλιόμενους  
& Σταθερούς Τίτλους**



Η παρουσίαση των κυλιόμενων και σταθερών τίτλων με τρόπο ευανάγνωστο είναι δεοντολογικά επιβεβλημένη, όπως εξάλλου προβλέπεται στο άρθρο 3 του ΕΚΔ-Ε.

Η μη τήρηση των παρακάτω προδιαγραφών ελέγχεται από τις Επιτροπές του ΣΕΕ και συνιστά παραβίαση των αρχών του Ελληνικού Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας (ΕΚΔ-Ε).

## Προδιαγραφές ευανάγνωστων τίτλων:

### • Μέγεθος χαρακτήρων

Οι τίτλοι (κυλιόμενοι – σταθεροί) πρέπει να καταλαμβάνουν:

#### Σε High Definition

- τουλάχιστον το 3,3% του ύψους του κάδρου
- τουλάχιστον 32 pixels ύψος γραμμάτων
- τουλάχιστον 6 pixels πλάτος γραμμάτων

#### Σε Standard Definition

- τουλάχιστον το 5% του ύψους του κάδρου
- τουλάχιστον 25 pixels ύψος γραμμάτων
- τουλάχιστον 5 pixels πλάτος γραμμάτων σε wide κάδρο – τουλάχιστον 4 pixels πλάτος γραμμάτων σε αναμορφικό κάδρο

Οι αναφερόμενες μετρήσεις αντιστοιχούν στο σώμα πεζών γραμμάτων χωρίς «πατούρα» (δηλαδή ενδεικτικά στα α,ε,ι,ο,τ..., και όχι στα λ,ρ,φ,...) και σε κλασσικές γραμματοσειρές (όπως Arial,Tahoma, Helvetica κ. αλ.), στην «κανονική» τους μορφή (όχι σε narrow, bold). Όταν χρησιμοποιούνται κεφαλαία γράμματα, γράμματα με πατούρα, άλλες γραμματοσειρές, narrow fonts κλπ, θα πρέπει να γίνονται οι ανάλογες προσαρμογές.

### • Ταχύτητα ροής

Η ταχύτητα ροής για τους κυλιόμενους τίτλους πρέπει να είναι τουλάχιστον 2 λέξεις ανά δευτερόλεπτο,

### • Διάρκεια παραμονής

Ο χρόνος παραμονής για τους σταθερούς τίτλους πρέπει επίσης να είναι τουλάχιστον 2 λέξεις ανά δευτερόλεπτο.

## Χρήσιμες διευκρινήσεις:

- Η Οδηγία αφορά στους τίτλους των διαφημιστικών επικοινωνιών που προβάλλονται με τη μορφή video, σε οποιοδήποτε και κάθε Μέσο, δηλαδή τηλεόραση (και συνδρομητικά κανάλια), διαδικτύου (και youtube, facebook κλπ), κινηματογράφο κ.αλ.
- Μπορεί να χρησιμοποιείται οποιαδήποτε γραμματοσειρά, αρκεί να πληροί τις προδιαγραφές που ορίζονται παραπάνω.
- Τα γράμματα πρέπει να έχουν επαρκή αντίθεση με το φόντο ώστε να είναι ευανάγνωστα. Δηλαδή, εάν το φόντο είναι ανοιχτόχρωμο θα πρέπει να χρησιμοποιούνται σκουρόχρωμα γράμματα και αντιστρόφως. Εάν το φόντο μεταβάλλεται κατά τη διάρκεια του τηλεοπτικού, καλό θα ήταν να χρησιμοποιείται “φάσα” ή “σκιά” πίσω από τα γράμματα.
- Δύο παράλληλα κυλιόμενα super δε θεωρούνται ευανάγνωστα, ανεξάρτητα από την ταχύτητα ροής τους κι επομένως δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται.
- Εάν εμφανίζονται ταυτόχρονα δύο ή περισσότερα super (ανεξάρτητα από το εάν κάποιο είναι κυλιόμενο και τα άλλα σταθερά ή εάν όλα είναι σταθερά), ο χρόνος εμφάνισης τους θα πρέπει να είναι επαρκής (δηλαδή 2 λέξεις ανά δευτερόλεπτο) για το κάθε ένα ξεχωριστά.
- Ως μια λέξη υπολογίζονται: η διεύθυνση ιστοσελίδας, η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι αριθμοί, ο ταχυδρομικός κώδικας, ο αριθμός τηλεφώνου και η ημερομηνία σε σύντμηση (δηλ. 10.06.1971). Αναφορικά με τους «ρύπους» των αυτοκινήτων, υπολογίζονται ξεχωριστά ως μία λέξη η ονομασία του ρύπου (π.χ. CO<sub>2</sub>), η τιμή του (π.χ. 230) και η μονάδα μέτρησης του (π.χ. g/km, lt/100km)
- Επειδή κάθε μήνυμα που εμφανίζεται σε μια διαφημιστική επικοινωνία σκοπό έχει να διαμορφώσει μία εντύπωση στον καταναλωτή και μπορεί να επηρεάσει την τελική του απόφαση, η Οδηγία αφορά σε οποιαδήποτε πληροφορία εμφανίζεται γραπτά, ανεξάρτητα από το περιεχόμενο της.

### Κοινοποίηση:

Ένωση Εταιριών Διαφήμισης – Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ)

Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)

Ένωση Παραγωγών Έργων Επικοινωνίας (ΡΑCT)

Ένωση Ιδιοκτητών Τηλεοπτικών Σταθμών Εθνικής Εμβέλειας (ΕΙΤΗΣΕΕ)

Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου (ΕΝΕΔ)

Οργανισμός Διαδραστικής Επικοινωνίας (ΙΑΒ ΕΛΛΑΣ)