

Технические требования

СОДЕРЖАНИЕ

ТРЕБОВАНИЯ К ССЫЛКАМ	2
ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ	3
1. БАННЕРЫ - ИЗОБРАЖЕНИЯ.....	3
2. HTML5 БАННЕРЫ.....	5
3. ВИДЕО ОБЪЯВЛЕНИЯ	7
4. АУДИО (АУДИО + КОМПАЬОН-БАННЕР).....	8
5. КРЕАТИВЫ ВНЕШНИМ КОДОМ	9
МОДЕРАЦИЯ КРЕАТИВОВ.....	12
ТРЕБОВАНИЯ К ПАКЕТНОЙ ЗАГРУЗКЕ КРЕАТИВОВ	13
ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ.....	14
ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, НАПРАВЛЕННОГО НА ОБРАБОТКУ ДАННЫХ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ	15
ОСОБЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ	15
ОСОБЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ ДЛЯ НЕКОТОРЫХ КАТЕГОРИЙ	15
a. <i>Реклама долевого строительства.....</i>	<i>15</i>
b. <i>Реклама детского питания.....</i>	<i>15</i>
c. <i>Реклама интернет-магазина</i>	<i>15</i>
d. <i>Реклама распродаж.....</i>	<i>16</i>
e. <i>Реклама стимулирующих мероприятий</i>	<i>16</i>
f. <i>Реклама финансовых и банковских услуг.....</i>	<i>16</i>
g. <i>Реклама безалкогольного пива</i>	<i>16</i>
h. <i>Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины</i>	<i>16</i>

Требования к ссылкам

Данные правила применяются для клик-ссылок и ссылок для трекинга показа объявления:

1. **Не допускаются** ссылки с редиректом, при котором происходит смена протокола, например, с http:// на https://.
2. Допускается не более трех редиректов.
3. Максимальное количество знаков в ссылке не должно превышать 1024 знака.
4. Ссылка для трекинга показа обязательно должна корректно работать по https протоколу.
5. Ссылки (URL) на сайт (адрес страницы, которая открывается по клику на баннер) принимаются только в кодировке UTF-8.
6. В ссылках поддерживается проброс кастомных меток с помощью макросов:

OFFER ID – id рекламной кампании

DEVICE – тип устройства (mobile, desktop, tablet, smart tv)

TRAFFIC_TYPE – тип трафика (inapp/web)

BANNER ID – id креатива

PLACE ID – id формата площадки (например: banner bazzoola или video bazzoola)

DOMAIN – домен, на котором был произведен показ креатива

SEGMENT_ID – аудиторный сегмент, с которым был связан показ

RANDOM – уникальное значение показа

IMPRESSION_ID – id показа

Макросы прописываются с использованием \$ фигурных скобок – \${}

Пример ссылки: [https://clientwebsite.com/?utm_source=mts_dsp&utm_medium=programmatic&utm_campaign=campaign_name&utm_content=\\${OFFER_ID}&utm_term=\\${SEGMENT_ID}_\\${BANNER_ID}_\\${PLACE_ID}_\\${DOMAIN}](https://clientwebsite.com/?utm_source=mts_dsp&utm_medium=programmatic&utm_campaign=campaign_name&utm_content=${OFFER_ID}&utm_term=${SEGMENT_ID}_${BANNER_ID}_${PLACE_ID}_${DOMAIN})

7. Возможен независимый аудит показов только с использованием счетчиков следующих систем: Mediascope, AdRiver, AdFox, DCM, Тибурон, РБ Mail, Weborama

Для того, чтобы не было расхождений со статистикой сторонних счетчиков (особенно при использовании в РК трафика SSP Google):

- Все пиксели аудита показов должны быть https, например: <https://r.mail.ru/r/4166?type=show&>
- В конце ссылки для избежания кэширования обязательно прописывается {RANDOM}, например: <https://r.mail.ru/r/4166?type=show&.....d2=1&puid3=1&rnd={RANDOM}>

Форматы рекламы

1. Баннеры - Изображения

Форматы изображений: PNG (.png), GIF (.gif), JPG (.jpg).

Интерфейс DSP допускает загрузку в систему креатива с любым размером из ТОП500 по запросам от SSP (полный список доступных размеров отображается в UI). Рекомендуем использовать в рк наиболее популярные из них, чтобы максимально увеличить доступный охват (по топовым сайтам лучше всего использовать на старте кампании сразу несколько видов дизайна для проведения оптимизации РК). Список наиболее востребованных размеров и их доля среди всего мобильного веб/inapp трафика и десктоп трафика представлен ниже:

Наиболее популярные размеры для мобильного и дисплейного трафика (до 150 Кб):

Размер	% запросов с этим размером от				
	Мобильный web	Inapp трафик	Fullscreen	Дисплейный трафик	Total
300x250	14,65%	1,91%	-	8,23%	9,69%
300x600	4,29%	0,22%	-	13,97%	6,60%
320x50	3,82%	14,28%	-	0,50%	5,01%
240x400	2,73%	0,14%	-	9,08%	4,26%
300x300	5,78%	0,50%	-	4,47%	4,17%
240x600	1,76%	0,04%	-	6,51%	2,96%
320x100	4,81%	1,35%	-	0,65%	2,65%
300x400	1,92%	0,66%	-	4,18%	2,39%
300x280	4,17%	0,20%	-	1,28%	2,33%
336x280	3,75%	0,04%	-	1,21%	2,08%
728x90	0,95%	0,55%	-	4,50%	2,08%
336x250	3,52%	0,13%	-	1,01%	1,93%
320x250	2,89%	1,41%	-	0,61%	1,80%
300x500	1,38%	0,00%	-	3,56%	1,80%
300x50	2,67%	1,03%	-	0,55%	1,60%
160x600	0,77%	0,02%	-	3,38%	1,47%
300x100	2,44%	0,75%	-	0,49%	1,42%
240x250	1,66%	0,20%	-	1,53%	1,29%
300x120	2,07%	0,00%	-	0,87%	1,21%
970x90	0,55%	0,06%	-	2,81%	1,19%
300x90	1,59%	0,48%	-	1,11%	1,18%
320x90	1,60%	1,07%	-	0,58%	1,14%
300x200	1,97%	0,19%	-	0,61%	1,12%
970x250	0,56%	0,12%	-	2,42%	1,08%
336x300	1,76%	0,07%	-	0,48%	0,96%
320x300	1,61%	0,69%	-	0,27%	0,96%
300x180	1,52%	0,00%	-	0,55%	0,86%
320x120	1,44%	0,00%	-	0,33%	0,75%
320x280	1,51%	0,35%	-	0,37%	0,87%

1000x120	0,26%	0,00%	-	1,98%	0,77%
320x480	0,01%	1,23%	34,41%	0,00%	0,28%
480x320	0,00%	0,32%	9,52%	0,01%	0,08%
1024x768	0,00%	0,06%	1,81%	0,00%	0,01%
768x1024	0,00%	0,03%	1,16%	0,00%	0,01%
360x592	0,00%	0,22%	6,09%	0,00%	0,05%
592x360	0,00%	0,07%	2,07%	0,00%	0,02%
375x812	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
812x375	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
360x640	0,00%	0,34%	9,27%	0,00%	0,07%
640x360	0,06%	0,33%	13,17%	0,01%	0,11%
580x400	0,03%	0,18%	6,67%	0,01%	0,05%
375x667	0,00%	0,05%	1,25%	0,00%	0,01%
667x375	0,00%	0,01%	0,32%	0,00%	0,00%
320x568	0,00%	0,36%	10,03%	0,00%	0,08%
568x320	0,00%	0,14%	3,85%	0,00%	0,03%
414x736	0,00%	0,01%	0,32%	0,00%	0,00%
736x414	0,00%	0,00%	0,07%	0,00%	0,00%

2. Баннеры - HTML5

Перед запуском РК необходимо проверять с помощью превью в разделе «Рекламные материалы» корректность отображения загруженных html5 креативов.

В комплекте материалов допускается только один файл типа html. Размер архива не должен превышать 150Kb.

Для прохождения модерации на Яндекс SSP необходимо объединить изображения в лист спрайтов.

Креатив должен корректно работать в следующих браузерах: IE 10+, Firefox 14+, Safari 5+, Chrome 18+

Ограничения

- Раскрывающиеся (расхлопы) объявления не поддерживаются.
- Изображения, используемые в объявлении HTML5, в ZIP-архиве должны быть самостоятельными файлами или элементами какого-либо объекта. Нельзя использовать ссылки на сторонние графические материалы.
- Допускаются только веб-шрифты Google.
- В качестве целевых действий для среды не поддерживаются таймер и множественные целевые страницы.
- В объявлениях HTML5 не допускаются операции, которые предусматривают хранение данных на локальном компьютере.
- Ссылка на библиотеку createjs должна быть с официального сайта

Неправильно

```
<script src="https://server.yourdomain.com/createjs-2015.11.26.min.js"></script>
```

Верно

```
<script src="https://code.createjs.com/createjs-2015.11.26.min.js"></script>
```

- Скрипты должны быть без пробелов/переносов строк

Неправильно

```
<script src="https://s0.2mdn.net/ads/studio/cached_libs/  
createjs_2015.11.26_54e1c3722102182bb133912ad4442e19_min.js"></script>
```

Верно

```
<script  
src="https://s0.2mdn.net/ads/studio/cached_libs/createjs_2015.11.26_54e1c3722102182bb1  
33912ad4442e19_min.js"></script>
```

Подобных скриптов не должно быть в коде креатива

```
<script type="text/javascript">
var clickTag = "https://mail.google.com";
</script>

<script type="text/javascript" gwd-
events="handlers">gwd.auto_LinkClick=function(event){gwd.actions.gwdDoubleClick.exit("g
wd-ad","728x290",clickTag,true,true)}</script>

<script data-exports-type="gwd-studio-registration">function StudioExports() {
Enabler.exit("728x290", clickTag);}</script>

<script type="text/gwd-
admetadata">{"version":1,"type":"DoubleClick","format":"","template":"Banner
3.0.0","politeload":true,"fullscreen":false,"counters":[],"timers":[],"exits":{"exitId":"728x290","u
rl":clickTag},"creativeProperties":{"minWidth":728,"minHeight":290,"maxWidth":728,"maxHei
ght":290},"components":["gwd-doubleclick","gwd-image","gwd-imagebutton","gwd-
page","gwd-pagedeck"],"responsive":false}</script>
```

Баннер не может ссылаться на ресурсы, расположенные на стороннем домене. Все внешние ресурсные файлы, должны находиться рядом с файлом index.html. Поддерживаемые типы ресурсных файлов:

- Данные: .csv, .json, .pdf, .xml
- Шрифты: .eot, .otf, .ttf, .woff, .woff
- JavaScript: .js
- Изображения: .gif, .jpg, .png, .svg, .jpeg
- Видеофайлы

Рекомендуемые правила для создания HTML баннеров:

1. Баннер должен быть представлен архивом из множества файлов: index.html и sprite.png (рекомендуется два и не более 100). В файле index.html допускаются только относительные ссылки на файлы-ресурсы.
2. Обязательно уменьшайте размер файлов sprite.png через сервис .
3. В index.html файле **не допускается** использование base64 представлений для изображений.

Примерочные пиксели на показ и события VAST плеера от сторонних систем необходимо прописывать в UI в разделе параметры баннера: Аудит show (трекинг прописанный в коде баннера может вызывать расхождения). Любой другой трекинг (viewability, anti-fraud) прописывается только внутри самого html креатива.

Креатив после заливки должен корректно отображаться в превью и открывать пустой таб при клике на всех этапах анимации

3. Видео объявления

Видео не должно вводить пользователя в заблуждение, то есть в нем не может содержаться кнопок и прочих элементов. Преролл не должен содержать видимых артефактов, искажения пропорций и других ошибок. Видео низкого качества обработки и с высокой степенью сжатия к размещению не принимаются. Рекомендуется не показывать важную информацию в нижних 10% ролика, т.к. там находятся элементы управления плеером.

Формат: видео H.264 (MPEG-4 или MP4), кодек аудио - AAC. Соотношение сторон и пример разрешения 16:9 – 640x360

Формат звука: рекомендуется MP3 или AAC. Пользователь должен иметь возможность в любой момент остановить/возобновить показ видео. Звук по запросу.

Кадров в секунду: 30

Максимальный размер файла: 7 МБ

Длительность: до 30.0 секунд включительно.

4. Аудио (Аудио + компаньон-баннер)

DigitalBox:

1. Хронометраж аудиоролика – до 30.0 секунд включительно.
 2. Частота – 44.100 Hz.
 3. Stereo.
 4. Формат – mp3.
 5. Скорость сжатия потока: 128 – 320 kbps constant bitrate.
 6. RMS в пределах от -10dB до -15dB.
- Баннер: 500*500 десктоп или 300*250 мобайл (jpeg, gif, png) до 80 кБ

Buzzoola:

1. . Хронометраж аудиоролика – до 30.0 секунд включительно.
2. Частота – 44.100 Hz.
3. Stereo.
4. Формат – mp3.
5. Скорость сжатия потока: 128 – 320 kbps constant bitrate.
6. RMS в пределах от -10dB до -15dB.

Unisound:

1. URL перехода: Страница перехода должна соответствовать информации в креативах. На странице не должен автоматически стартовать контент со звуком. URL перехода может быть только один для всех кликабельных элементов.
2. Аналитика. Возможны размещение: Ссылок с UTM метками, Счетчики кликов от сторонних систем. Дополнительные пиксели учета показов. Любые редиректы в пикселях статистики показа запрещены.
3. Аудиоролик: Длительность: До 30 секунд. Формат: MP3. Max Bit Rate: 256 kbps. Аудио-каналы: 2 (стерео)
4. Баннеры:

Размер: Формат: Вес:

640x640px Gif/Jpeg/Png <200 КБ

240x400px Gif/Jpeg/Png <40 КБ

728x90px Gif/Jpeg/Png <40 КБ

128x128px (Используется для логотипа) Gif/Jpeg/Png <40 КБ

300x250px Gif/Jpeg/Png <40 КБ

*Необходимо предоставить все размеры

5. Креативы внешним кодом

Принимаются коды креативов сторонних систем (Sizmek, Doubleclick, Weborama, AdFox и РБ Mail)

В случае баннерного размещения в UI выбирается Тип креатива «Внешний код» и непосредственно код креатива прописывается в поле «Внешний код».

В случае видео размещения в UI ссылка на креатив добавляется в поле «VAST/DAAST ссылка».

Обязательно указывать длину ролика в секундах в поле «Продолжительность».

Проверить корректность работы кода и всех событий (в том числе клик) можно в общедоступных валидаторах:

Видео: <https://developers.google.com/interactive-media-ads/docs/sdks/html5/client-side/vastinspector> , добавив ссылку в поле “VAST Tag”.

Баннеры: <https://h5validator.appspot.com/3pas/asset?result=4857450987651072> , добавив код креатива в поле “AdTag” проверять лучше в режиме “Live preview”.

Ссылку клика можно достать, кликнув по креативу в валидаторе.

Креативы "внешний код" должны корректно отображаться в превью и открывать пустой таб при клике на всех этапах анимации.

Совместимость баннерного кода с МТС DSP на данном этапе обязательно проверять вместе с администратором.

Для того, чтобы МТС DSP зафиксировала клик на своей стороне в коде обязательно должен быть указан макрос {CLICKO_URL}, после которого указана посадочная клиента или ссылка трекинга клика сторонней системы с последующим редиректом на посадочную. Например:

Weborama - ,publisherclick : '{CLICKO_URL}https://wcm.solution.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&a.si=7&a.te=8682&a.bk=1&q.ism=0&a.ra=\${RANDOM}&g.lu='

Чтобы прокинуть наши макросы в целях оптимизации укажите их в самом коде:

DCM - data-dcm-param-macros=' \${OFFER_ID}|\${SEGMENT_ID}|\${BANNER_ID}|\${PLACE_ID}|\${DOMAIN}' >

Weborama - ,customparameter : ' \${OFFER_ID}|\${SEGMENT_ID}|\${BANNER_ID}|\${PLACE_ID}|\${DOMAIN}'

Если нужно подставить макрос для предотвращения кеширования, то стоит использовать макрос {RANDOM}, например:

Weborama - ,random : '{RANDOM}'

Типичная корректировка кода Weborama:

- ,random : '[RANDOM]' => ,random : '{RANDOM}'
- После ,clicktrackers : [] добавляем прокидывание наших макросов на случай, если смогут предоставить => ,customparameter :
'{OFFER_ID}|{SEGMENT_ID}|{BANNER_ID}|{PLACE_ID}|{DOMAIN}'
- ,publisherclick : '[PUBLISHER_TRACKING_URL]' => ,publisherclick :
'{CLICKO_URL}https://wcm.solution.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&a.si=7147&a.te=1917&a.ycp={OFFER_ID}|{SEGMENT_ID}|{BANNER_ID}|{PLACE_ID}|{DOMAIN}&a.bk=1&g.ism=0&a.ra={RANDOM}&g.lu='
- href="https://wcm.solution.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&a.si=7147&a.te=1917&a.bk=1&g.ism=0&a.ra=[RANDOM]&g.lu=" =>
href="{CLICKO_URL}https://wcm.solution.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&a.si=7147&a.te=1917&a.ycp={OFFER_ID}|{SEGMENT_ID}|{BANNER_ID}|{PLACE_ID}|{DOMAIN}&a.bk=1&g.ism=0&a.ra={RANDOM}&g.lu="
- src=https://wcm.solution.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=im&a.si=7147&a.te=1917&a.he=320&a.wi=480&a.hr=R&a.bk=1&g.ism=0&a.ra=[RANDOM] => src="https://wcm.solution.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=im&a.si=7147&a.te=1917&a.he=320&a.wi=480&a.hr=R&a.bk=1&g.ism=0&a.ra={RANDOM}"

Пример работающего кода Siztek (макросы подставляют параметры для оптимизации, креатив рендериться, показы и клики считаются на стороне DSP):

```
<script src="https://bs.serving-
sys.com/Serving/adServer.bs?ncu={CLICK_URL_ENC}&c=28&cn=display&pli=1077034833&gdpr={GDPR}&gdpr_consent={GDPR_CONSENT_6
8}&w=120&h=600&ord={RANDOM}&ifrm=-
1&LineID=${utm_term}|{OFFER_ID}|{BANNER_ID}|{PLACE_ID}|{DEVICE}|{TRAFFIC_TYPE}|{DOMAIN}|{SEGMENT_ID}$&z=10000">
</script>
<noscript>
<a href="{CLICKO_URL}https://bs.serving-
sys.com/Serving/adServer.bs?cn=brd&pli=1077034833&gdpr={GDPR}&gdpr_consent={GDPR_CONSENT_68}&Page=&Pos=436391116"
target="_blank">
</a>
</noscript>
```

Пример работающего кода DCM (макросы подставляют параметры для оптимизации, креатив рендериться, показы и клики считаются на стороне DSP):

```
<ins class='dcmads' style='display:inline-block;width:300px;height:300px'
data-dcm-placement='N39402.3909891AMNET-MTSPROGRAMMA/B26168486.313629285'
data-dcm-rendering-mode='iframe'
data-dcm-https-only
data-dcm-gdpr-applies='gdpr={GDPR}'
data-dcm-gdpr-consent='gdpr_consent={GDPR_CONSENT_755}'
```

[Type text]



[Type text]

```
data-dcm-addtl-consent='addtl_consent=${ADDTL_CONSENT}'  
data-dcm-ltd='false'  
data-dcm-resettable-device-id=""  
data-dcm-app-id=""  
  
data-dcm-click-tracker='${CLICKO_URL}'  
  
data-dcm-param-macros='${OFFER_ID}|${BANNER_ID}|${PLACE_ID}|${DEVICE}|${TRAFFIC_TYPE}|${DOMAIN}|${SEGMENT_ID}'  
data-dcm-param-test='gsv{{key}}'  
<script src='https://www.googletagservices.com/dcm/dcmads.js'></script>  
</ins>
```

Модерация креативов

В МТС DSP осуществляется внутренняя модерация креативов для всех размещений в соответствии с законодательством РФ.

Статус по модерации в Яндекс и Google SSP доступен через API на страничке "Рекламные материалы" и подробнее в самом креативе.

В Яндекс SSP креатив отправляется на модерацию после заполнения необходимых полей («Альтернативный текст», «Конечная ссылка без меток», «Yandex categories», «Yandex brands»).

В Google SSP креатив отправляется на модерацию только после прикрепления к рк места «Google Banner-banner-place».

Любое изменение в обязательном поле креатива запускает процесс модерации заново.

*Модерация в Яндекс SSP не осуществляется в выходные.

** При копировании кампании, копируются все файлы и поля креативов, в новой рк креативы заново проходят процесс модерации в Google и Яндекс

Инструкция по обращению в команду модерации Яндекса:

Если необходимо загрузить документы или вопрос касается определенных cid, необходимо писать в форму

<https://forms.yandex.ru/surveys/10037493.118c130f38819ef5228b4f9fb75d7c38ae934b9f>

Важно всегда указывать cid или ваш логин, с которым вы регистрировались в Партнерском интерфейсе.

При загрузке документов необходимо писать проблемные cid и домен (не посадочную).

По вопросам модерации можно указать только нужные cid.

Cid = Номер креатива DSP / номер рекламной кампании

Требования к пакетной загрузке креативов

Внутри вложенного архива должны быть файлы типа gif/png/jpg и файлы html в случае html5 баннеров.

При пакетной загрузке креативов необходимо соблюдать все прочие требования к соответствующему формату описанные в ТТ.

Система может принять за раз любое количество вложенных креативов в архиве.

Система принимает только креативы определенных размеров (список доступных размеров виден при создании одиночного баннера в UI).

При пакетной загрузке html5 креативов необходимо выбрать zip архив, внутри которого могут находиться только другие zip архивы с креативами.

При пакетной загрузке HTML осуществляется 1) проверка названия архивов на указание размера по форме, затем 2) проверяется meta name="ad.size" из самого html и наконец 3) предлагается вручную выбрать сайз из выпадашки для оставшихся креативов

Общие требования к рекламным материалам

1. Рекламные материалы не должны нарушать положений местного законодательства целевой аудитории. В случае проведения рекламной кампании с таргетингом на аудиторию из Российской Федерации, рекламные материалы рекламодателя не должны нарушать положений ФЗ РФ: “О рекламе” и др. законов РФ прямо или косвенно распространяющихся на отношения в сфере рекламы.
2. Переход по ссылке должен происходить только после нажатия пользователем на объявление или на его элемент. Рекламуемый сайт должен открываться в новом окне/вкладке браузера.
3. На объявлениях не допускается интерактивных элементов, нажатие на которые приведет к скрытию самого объявления, например, крестиков.
4. Необходимо учитывать, что элементы объявления, расположенные в правом или левом верхних углах, могут быть закрыты крестиком, появляющихся автоматически для некоторых форматов рекламы. Не размещайте в этих местах различные логотипы, информацию о возрастном ограничении информационной продукции, мотивирующие надписи или другие интерактивные элементы.
5. В случае анимированных объявлений (как GIF, так и HTML анимации), длина анимации объявления не должна превышать 30 секунд, а скорость - не более 5 кадров в секунду. Первый и последний кадры анимированных объявлений должны *быть информативны*, и, желательно, совпадать друг с другом.
6. **Рекламное объявление должно иметь рамку контрастного цвета (1px) фон объявления не должен быть прозрачным.**
7. Альтернативный текст обязателен для баннера и не может быть больше 100 символов.
8. На рекламных объявлениях, рассчитанных на аудиторию из Российской Федерации с рекламой товаров и услуг, подпадающих под действие закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» обязательно указание возрастного ограничения информационной продукции: 0+, 6+, 12+, 16+, 18+.
9. Не принимаются баннеры с мигающими крупными графическими или текстовыми элементами и/или фоном, с резкими перемещениями элементов, существенно отвлекающие пользователя от взаимодействия со страницей сайта (изучения содержания страницы или ввода запроса)
10. Текст должен быть контрастным и легко читаемым. Минимальный размер шрифта — 11 pt.
11. В случае, если объявление представлено в формате HTML5 и содержит какие-либо внешние счетчики и средства аналитик - последние в обязательном порядке должны корректно работать по протоколу https.
12. **При рекламе финансовых услуг, интернет-магазина, долевого строительства баннер должен содержать информацию о рекламодателе: наименование, место нахождения и ОГРН юридического лица; фамилия, имя, отчество, ОГРН индивидуального предпринимателя**
13. На баннерах с рекламой акции, лотереи или конкурса нужно указать информацию:
 - об организаторе мероприятия;
 - о правилах проведения;
 - о количестве призов или выигрышей по результатам мероприятия;
 - о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей.

Пример формулировки: конкурс проходит с 10-03-2018 по 30-03-2018. С информацией об организаторе, правилах, количестве, сроках, месте и порядке получения призов можно ознакомиться на сайте www.example-site.ru.

Материалы, не соответствующие требованиям, к размещению не принимаются.

Требования законодательства, направленного на обработку данных несовершеннолетних

При размещении рекламных материалов следует также иметь в виду, что Российское законодательство не регламентирует порядок обработки данных несовершеннолетних, имеющих доступ к сети Интернет. Вместе с тем, в случае размещения рекламных материалов иностранных рекламодателей либо рекламы, размещение которой предполагается на территории иного государства, при дополнительном уведомлении рекламодателя о необходимости соблюдения территориального законодательства в указанной сфере (к примеру, ***Children's Online Privacy Protection Act (COPPA)***) при размещении рекламных материалов должны быть предприняты необходимые меры, предписанные соответствующим законодательством.

Особенные требования к рекламным материалам для мобильных устройств

1. Для мобильных устройств необходимо с особым вниманием подходить к оптимизации размера рекламного объявления. Используйте сервисы аналогичные для оптимизации размера графических объявлений, представленных в форматах .png или .jpeg.
2. Вертикальные объявления размеров **320x480** и **768x1024** должны быть представлены *также и в горизонтальном формате: 480x320 и 1024x768*.

Особенные требования к рекламным материалам для некоторых категорий

a. Реклама долевого строительства

На баннерах с рекламой долевого строительства необходимо указать:

- наименование юридического лица и его организационно-правовую форму;
- сведения о месте и способах получения проектной декларации.

b. Реклама детского питания

На баннерах с рекламой детского питания необходимо указать:

- возрастные ограничения применения таких продуктов;
- предупреждение о необходимости консультации специалиста.

c. Реклама интернет-магазина

На баннерах с рекламой интернет-магазина необходимо указать:

- наименование юридического лица и сведения о его организационно-правовой форме;
- ОГРН;
- юридический адрес магазина.

d. Реклама распродаж

При рекламировании распродажи нужно указать сроки ее проведения на баннере.

e. Реклама стимулирующих мероприятий

На баннерах с рекламой акции, лотереи или конкурса нужно указать информацию:

- об организаторе мероприятия;
- о правилах проведения;
- о количестве призов или выигрышей по результатам мероприятия;
- о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей.

Пример формулировки: *конкурс проходит с 10-05-2017 по 30-06-2017. С информацией об организаторе, правилах, количестве, сроках, месте и порядке получения призов можно ознакомиться на сайте .*

f. Реклама финансовых и банковских услуг

На баннерах с рекламой финансовых услуг необходимо указывать наименование юридического лица и сведения о его организационно-правовой форме. Эти данные должны быть визуально выделены, например, с помощью полужирного шрифта или подчеркивания.

Если деятельность рекламодателя подлежит лицензированию (Федеральный закон от 08.08.01 № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»), реклама данных товаров (работ, услуг) принимается к размещению и распространению только при условии предоставления надлежаще заверенных копий лицензий, сертификатов, документов о государственной регистрации.

При этом, упоминание в рекламе номера лицензии и органа, ее выдавшего, или указания - «подлежит обязательной сертификации» - обязательно.

g. Реклама безалкогольного пива

На баннерах с рекламой безалкогольного пива (пива, содержащего этиловый спирт не более 0,5 процента объема готовой продукции) необходимо разместить: знак (пиктограмму), содержащий словосочетание «Безалкогольная продукция 0% Алк.» и способствующий формированию у потребителей ассоциации такого знака с безалкогольной продукцией.



h. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины

[Type text]



[Type text]

Размещается только после премодерации разрешительной документации на право реализации указанных средств (услуг) и рекламных материалов (баннеров, видеороликов, текстовых объявлений и т.п.).