

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К БАННЕРАМ

Все рекламные материалы, предоставляемые рекламодателем для использования OTM-R должны удовлетворять нижеследующим требованиям.

GIF / JPEG / PNG (image)

1. Размер изображения не должен превышать 150 Кб (153 600 байт)
2. Анимированные GIF-объявления должны воспроизводиться со скоростью не более 5 кадров в секунду.
3. Продолжительность анимации независимо от количества циклов не должна превышать 30 секунд

HTML5 (animation, rich media)

Креативы должны быть изготовлены с помощью [Google Web Designer](#) или [Adobe Animate](#).
Подробнее для каждой среды см. по ссылкам или ниже.

Первичную проверку готовых креативов можно осуществить по ссылке:
<https://h5validator.appspot.com/dcm/asset>

Подробнее для каждой среды см. ниже.

Форматы баннеров

Основные форматы **Desktop**: 240x400, 300x250, 336x280, 728x90, 160x600, 300x600

Основные форматы **Mobile**: 300x250, 336x280, 468x60, 320x50

Фулскрины: 1024x768, 768x1024, 480x320, 320x480

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ВИДЕО

Техтребования к видеофайлам mp4

1. Мы самостоятельно оборачиваем видео ролик в приемлемое для адсервера и площадок качество.
2. Нам нужен только файл, выложенный на облаке. Файл необходимо сделать разумного размера, желательно не более 7 МБ для десктоп размещения, и не более 5 МБ для мобильного/кросс-платформенного размещения. Если у вас нет возможности подготовить это – мы сделаем сами.
3. Хронометраж ролика до 30 секунд. В случае превышение хронометража видео может быть заблокировано на площадках, и в таком случае мы не несем ответственности за своевременное выполнение расписания по рекламной кампании.
4. Формат Mp4, кодек AAC
5. Пропорции желательно 16:9
6. Вес видеоролика – до 10 МБ Desktop и до 5 МБ для Mobile.

Техтребования к обернутым на стороне клиента VAST/VPAID видео

1. Видеофайл, оборачиваемый в VAST/VPAID файл необходимо сделать разумного размера, желательно не более 7 МБ для десктоп размещения, и не более 5 МБ для мобильного/кросс-платформенного размещения
2. Креатив должен быть <https://>
3. Креатив должен корректно обрабатываться в Google VAST Inspector по ссылке <https://developers.google.com/interactive-media-ads/docs/sdks/html5/vastinspector>
4. VAST креативы должны быть доступны для просмотра с ip адреса любой страны, иначе могут возникнуть проблемы с модерацией
5. В случае, если длина видеофайла более 15 секунд, требуется кнопка пропуска
6. В случае, если длина видеофайла до 15 секунд включительно, кнопка пропуска не требуется. В случае, если разместить кнопку нет возможности, видео размещается только в формате in-read, в таком случае мы не можем гарантировать:
 - выполнение заявленных KPI
 - размещения в строгом соответствии с white list (если есть)
 - открутки рекламной кампании в установленной бронию срок

ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ ДЛЯ СОЦСЕТЕЙ

YouTube

[Требования к материалам + оверлей + компаньон](#)

VK

<https://vk.com/faq11936>

ОК (+VK)

[Все форматы рекламы](#)

Популярные форматы

[Мультиформат](#)

[Кроссплатформенные видео посты \(ОК+VK\)](#)

[Преролл в видео](#)

[Тизеры](#)

[Реклама приложений](#)

Google Web Designer

1. Креативы должны быть изготовлены в среде **«AdWords»**
2. Продолжительность анимации независимо от количества циклов не должна превышать **30 секунд**;
3. Креатив должен содержать интерактивную кликабельную область «TapArea»:
 - добавить в поле «компоненты», указать размеры кликабельной области в «Свойствах» (рекомендуемое поле всего размера креатива);
 - добавить выход из объявления (добавить «Событие - Объявления Google» - «Click – Действие – Переход(другой URL) – gwd-ad – Конфигурация (http://google.com)»).
4. Значения полей компонента **TapArea** при создании события:

- Поле «URL» не позволит остаться пустым (нужно ввести ссылку на «http://google.com»)
5. Анимация баннера не должна мешать пользователю и затруднять восприятие основного содержания страницы сайта (в дизайне запрещено использовать резко перемещающиеся и мелькающие графические элементы, мигающий фон и т. д.).
 6. При подготовке баннера не допускается использование графических элементов низкого качества, в том числе:
 - деформированных изображений и изображений с помехами (артефактами) вследствие сжатия файла;
 - изображений с низким разрешением (на изображении видны пиксели), изображения с низкой четкостью графики
 7. Рекламный баннер должен иметь видимые границы (обведен в рамку, не совпадающую с цветом фона баннера), фон баннера не должен быть прозрачным. Для баннера на мобильной версии ширина рамки не должна превышать 1 пиксел; цвет рамки должен быть применен с непрозрачностью не менее 50%.
 8. Любые обращения к стороннему серверу внутри кода должны осуществляться через HTTPS
 9. Для символов, которых нет в таблице ASCII, необходимо использовать кодировку UTF-8, добавив следующий код внутри тега **<head>**

```
<meta charset="UTF-8">
```

10. Креатив должен содержать тег **ad.size** с указанием размера креатива, внутри тега **<head>**
Пример для баннера размером 240x400px:

```
<meta name="ad.size" content="width=240,height=400">
```

11. HTML креатив должен быть запакован в ZIP-архив;
12. .ZIP может содержать HTML, HTM, JS, CSS, JPG, JPEG, GIF, PNG, JSON, XML, и SVG файлы
13. .ZIP должен содержать только файлы, нужные для работы конкретного креатива
14. Максимальный размер архива – 150Кб (153 600 байт)
15. Каждый размер креатива должен сопровождаться исходниками и заглушкой (GIF, PNG, JPG)
16. Первичную проверку креатива вы можете сделать самостоятельно в валидаторе Google:
<https://h5validator.appspot.com/dcm/asset>

Adobe Animate

1. Продолжительность анимации независимо от количества циклов не должна превышать 30 секунд;
2. Анимация баннера не должна мешать пользователю и затруднять восприятие основного содержания страницы сайта (в дизайне запрещено использовать резко перемещающиеся и мелькающие графические элементы, мигающий фон и т. д.).
3. При подготовке баннера не допускается использование графических элементов низкого качества, в том числе:

- деформированных изображений и изображений с помехами (артефактами) вследствие сжатия файла;
 - изображений с низким разрешением (на изображении видны пиксели), изображения с низкой четкостью графики
4. Рекламный баннер должен иметь видимые границы (обведен в рамку, не совпадающую с цветом фона баннера), фон баннера не должен быть прозрачным. Для баннера на мобильной версии ширина рамки не должна превышать 1 пиксел; цвет рамки должен быть применен с непрозрачностью не менее 50%.
 5. Обращения к внешним ресурсам запрещены. Библиотека CreateJS (а также другие библиотеки, необходимые для корректной работы креатива) должны располагаться либо локально вместе с архивом, либо располагаться на серверах Google. Например, библиотека CreateJS расположенная на стороннем сервере:

| | |
|---|---|
| ✘ | <code>https://code.createjs.com/createjs-2015.11.26.min.js</code> |
| ✓ | <code>https://s0.2mdn.net/ads/studio/cached_libs/createjs_2015.11.26_54e1c3722102182bb133912ad4442e19_min.js</code> |

6. Библиотека CreateJS расположенная внутри архива креатива должна иметь корректное название. Пример:

| | |
|---|---|
| ✘ | <code><script src="300x250.js?1531188601069"></script></code> |
| ✓ | <code><script src="300x250.js"></script></code> |

7. Для символов, которых нет в таблице ASCII, необходимо использовать кодировку UTF-8, добавив следующий код внутри тега <head>

```
<meta charset="UTF-8">
```

8. Креатив должен содержать тег ad.size с указанием размера креатива, внутри тега <head> Пример для баннера размером 240x400px:

```
<meta name="ad.size" content="width=240,height=400">
```

9. HTML креатив должен быть запакован в ZIP-архив;
10. .ZIP может содержать HTML, HTM, JS, CSS, JPG, JPEG, GIF, PNG, JSON, XML, и SVG файлы
11. .ZIP должен содержать только файлы, нужные для работы конкретного креатива
12. Максимальный размер архива – 150Кб (153 600 байт)
13. После экспорта баннера из Adobe Animate необходимо добавить в HTML-файл строки, отвечающие за создание кликабельной области и идентификатора перехода. Также, при необходимости, в этот момент можно заменить ссылку на библиотеку CreateJS (см. п.5).
Внутри тега <head> добавить следующий скрипт:

```
<script type="text/javascript">var clickTag = "";</script>
```

Внутри тега <body> необходимо добавить следующее (пример для баннера 240x400):

```
<a href="javascript:window.open(window.clickTag)">  
<canvas id="canvas" width="240" height="400" style="overflow:hidden; position:absolute;  
cursor:pointer"></canvas></a>
```

таким образом, чтобы получилось (в зависимости от изначального содержания):

```
<a href="javascript:window.open(window.clickTag)">  
<canvas id="canvas" width="240" height="400" style="overflow:hidden; position:absolute;  
cursor:pointer"></canvas></a>  
<canvas id="canvas" width="240" height="400" style="background-color:#FFFFFF"></canvas>
```

Или

```
<div id="animation_container" style="background-color:rgba(255, 255, 255, 1.00); width:240px;  
height:400px">  
<a href="javascript:window.open(window.clickTag)">  
<canvas id="canvas" width="240" height="400" style="position: absolute; display: block;  
background-color:rgba(255, 255, 255, 1.00);"></canvas>  
<div id="dom_overlay_container" style="pointer-events:none; overflow:hidden; width:240px;  
height:400px; position: absolute; left: 0px; top: 0px; display: block;">  
</div>  
<canvas id="canvas" width="240" height="400" style="overflow:hidden; position:absolute;  
cursor:pointer"></canvas>  
</a>  
</div>
```

14. Каждый размер креатива должен сопровождаться исходниками и заглушкой (GIF, PNG, JPG)
15. Первичную проверку креатива вы можете сделать самостоятельно в валидаторе Google:
<https://h5validator.appspot.com/dcm/asset>

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ

Ответственность за содержание рекламных материалов и соответствие содержания рекламных материалов действующему законодательству Российской Федерации несет Клиент/Заказчик/Рекламодаватель.

Клиент/Заказчик/Рекламодаватель могут разместить рекламные материалы в Рекламной сети ОТМ при условии соблюдения требований, указанных ниже. Данные требования могут меняться время от времени. Клиент/Заказчик/Рекламодаватель должен самостоятельно проверять актуальную версию требований перед созданием рекламных материалов.

Требования к содержанию рекламных материалов:

1. Рекламные материалы должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ. В частности, не могут быть приняты к размещению рекламные материалы, которые:
 - 1.1. используют бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальных категорий, возраста, религиозных символов, официальных государственных символов;
 - 1.2. являются недобросовестной, недостоверной рекламой/информацией, вводят потребителей в заблуждение, в том числе:
 - содержат недостоверные сведения о товарах/услугах;
 - не дают четкого представления о том, кто является источником информации, содержащейся в рекламных материалах;
 - 1.3. побуждают к совершению противоправных действий и/или призывают к насилию и жестокости;
 - 1.4. представляют собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте (также возможны дополнительные ограничения);
 - 1.5. являются политической рекламой;
 - 1.6. связаны с трагическими событиями, в частности, объявления, которые содержат в тексте или ключевых фразах слова «теракт», «убийство», «смерть», «гибель», «пожар», «взрыв» и т.п.;
 - 1.7. противоречат общепринятым моральным и этическим нормам;
 - 1.8. нарушают нормы русского языка.
2. Через рекламную сеть ОТМ не распространяются рекламные материалы следующего вида товаров и услуг, а также лиц, осуществляющих производство или распространение нижеуказанных товаров и услуг:
 - 2.1. продукции военного назначения и оружия;
 - 2.2. наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов и прекурсоров;
 - 2.3. алкогольной (за исключением положений пункта 3.5 настоящей Редакционной политики) и табачной продукции (табак, табачные изделия, курительные принадлежности, электронные средства табакокурения, кальяны, специализирующиеся на продаже алкогольной продукции магазины, а также бары и пивоварни);
 - 2.4. товаров и услуг ритуального характера, за исключением рекламы товаров и услуг ритуального характера в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
 - 2.5. основанных на риске игр (в том числе азартных игр), пари, лотерей (за исключением государственных лотерей), розыгрышей, конкурсов подразумевающих выплату призов, выигрышей или иных поощрений, за исключением рекламы основанных на риске игр, пари, осуществляемых организаторами азартных игр в букмекерских конторах, и (или) средств индивидуализации организаторов азартных игр в букмекерских конторах в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на сайтах, зарегистрированных в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера;
 - 2.6. оккультных услуг (в том числе услуг астрологов, гадалок, экстрасенсов, ясновидящих и т.п.);
 - 2.7. эротической или порнографической продукции, информации и сервисов;
 - 2.8. рецептурных лекарственных средств, профессиональных изделий медицинского назначения и методов лечения, профилактики, диагностики, реабилитации, для использования которых требуется специальная подготовка, а также медицинских услуг по ведению беременности и родов, прерыванию беременности;
 - 2.9. биологически активных и пищевых добавок и лекарственных средств, действие которых направлено на лечение, профилактику и вспомогательную терапию эректильной дисфункции и иных расстройств мочеполовой системы организма, кожных и грибковых заболеваний и иных расстройств здоровья, субъективно воспринимаемых в обществе как стыдные, за исключением рекламы указанных товаров в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
 - 2.10. благотворительных фондов и иных некоммерческих организаций в части побуждения к совершению потребителями действий, направленных на оказание материальной помощи в том или ином виде;
 - 2.11. заведомо поддельных товаров, а также копий или реплик товаров либо иных товаров, которые незаконно используют товарные знаки и знаки обслуживания иных организаций;
 - 2.12. закиси азота, азотсодержащих газов, а также любых иных газовых смесей и одурманивающих веществ, признанных законодательством РФ таковыми и (или) не подлежащих к свободной продаже на территории РФ;
 - 2.13. смесей – заменителей женского молока для детей;
 - 2.14. товаров и услуг, распространяемых посредством системы прямых продаж (MLM, multilevel marketing – многоуровневый, (или сетевой) маркетинг);

- 2.15. услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации;
 - 2.16. цифровых финансовых активов, цифровой валюты (в том числе различных видов криптовалют);
 - 2.17. услуг, связанных с оказанием какой-либо помощи по признанию физического и/или юридического лица несостоятельным (банкротом);
 - 2.18. патронажные услуги, услуги сиделок, домов-интернатов, домов престарелых, хосписов.
3. Рекламные материалы должны соответствовать действующему законодательству РФ и быть составлены на русском языке.
- 3.1. Допускается использование в рекламных материалах, наряду с текстом на русском языке, текста на иностранном языке, государственном или национальном языке субъекта РФ, при условии, что данный текст идентичен по своему содержанию и техническому оформлению тексту на русском языке. Слова и/или текст на языке, не являющимся русским, должны следовать за словом и/или текстом на русском языке и быть переведены или транслитерированы (за исключением товарных знаков).
 - 3.2. В случае если сайт, на который ведет ссылка, включенная в текст рекламного материала, составлен на языке, отличающемся от языка рекламного объявления, обязательно наличие информации об этом в тексте рекламного материала.
 - 3.3. Рекламные материалы лекарственных средств (кроме рецептурных), медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов профилактики и восстановления, в обязательном порядке должны сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.
 - 3.4. Рекламные материалы биологически активных и/или пищевых добавок в обязательном порядке должны сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.
 - 3.5. Рекламные материалы алкогольной продукции в исключительных случаях могут размещаться только внутри стационарных торговых объектов, в которых на основании соответствующей лицензии/разрешения осуществляется розничная продажа алкогольной продукции. Указанные в настоящем пункте рекламные материалы в обязательном порядке должны сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.
 - 3.6. Информационные материалы, содержащие сведения о поиске и привлечении сотрудников в обязательном порядке должны содержать ссылки на описание соответствующей вакансии.
 - 3.7. Рекламные материалы дистанционного способа продажи товаров и услуг, в обязательном порядке должны содержать фирменное наименование, место нахождения организации, фамилию, имя, отчество физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, а также указание на ИНН и ОГРН/ОГРНИП организации / индивидуального предпринимателя.
 - 3.8. Рекламные материалы, содержащие заверение рекламодателя об эффективности его деятельности в обязательном порядке должны содержать сведения относительно данной эффективности и документальные подтверждения, указанные на официальном сайте рекламодателя.
 - 3.9. Рекламные материалы содержащие условия о предоставлении скидок, проведения акций или иных специальных предложений, в обязательном порядке должны быть описаны на официальном сайте рекламодателя. В случае наличия в тексте рекламных материалов промо-кодов или иных специальных кодов для получения скидок, такие рекламные материалы должны содержать срок действия указанных кодов и скидок.
 - 3.10. Реклама, побуждающая к заключению сделок с форекс-дилерами, должна содержать следующее указание: «Предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высокорискованными и могут привести к потере внесенных денежных средств в полном объеме. До совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны.».
 - 3.11. Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).
 - 3.12. Реклама основанных на риске игр, пари, государственных лотерей должна содержать:
 - а) указание на сроки розыгрышей призов в процессе проведения основанных на риске игр, пари, государственных лотерей;
 - б) источник информации об организаторе, основанных на риске игр, пари, государственных лотерей, о правилах их проведения, призовом фонде, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей;
 - в) маркировку «18+».
 - 3.13. Рекламные материалы, предназначенные для распространения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, в обязательном порядке должны содержать отметку «Реклама». Отметка «Реклама» может быть размещена в любой части рекламного материала по выбору Абонента/Клиента. При этом, шрифт отметки «Реклама» должен быть четким и явно различимым. Отметка

«Реклама» в рекламном материале в формате видео должна размещаться на протяжении времени, достаточного для прочтения (минимальное время размещения отметки «Реклама» в рекламном материале в формате видео – 3 секунды).

- 3.14. Рекламные материалы, предназначенные для распространения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, в обязательном порядке должны содержать ссылку на сайт рекламодателя, владельцем которого он является, где размещена информация о рекламодателе и его деятельности. Сайт должен соответствовать требованиям, установленным законодательством об информации. В частности, на сайте должна быть информация о его владельце: наименование, место нахождения, адрес и адрес электронной почты рекламодателя.
4. Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, и, в случае необходимости, дополнительно в иностранной валюте.
5. Реклама должна соответствовать содержанию той страницы сайта рекламодателя, на которую ведет ссылка, если таковая имеется. Например, если рекламный материал содержит информацию о скидке, то ссылка должна вести на ту страницу сайта рекламодателя, где эта скидка явно указана. Также запрещается использование в рекламных материалах ссылок ведущих на страницы мессенджеров, а также на группы и чат-боты в них.
 - 5.1. Реклама новостных ресурсов, содержащая информацию о новостной статье, опубликованной на сайте рекламодателя, должна вести на ту страницу сайта, где данная статья опубликована. При этом текст рекламного объявления должен соответствовать по смыслу заголовку и содержанию новостной статьи. В случаях, когда рекламный материал содержит провокационные заявления, имеет неоднозначную трактовку, может ввести Пользователя в заблуждение, для размещения в Рекламной сети ОТМ может потребоваться полное соответствие заголовка статьи тексту рекламного материала.
 - 5.2. Из рекламного материала должно быть понятно, что он рекламирует источник, на котором можно ознакомиться с новостной статьей.
6. Если в рекламных материалах используются превосходные степени имен прилагательных и/или содержатся сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, то ссылка должна вести на страницу сайта рекламодателя, где эта информация подтверждена соответствующими независимыми исследованиями (заключениями и т.п.) третьих лиц.
7. Через рекламную сеть ОТМ не осуществляется распространение информации, которая не является рекламой в соответствии с действующим законодательством о рекламе (ФЗ №38-ФЗ «О рекламе»), если иное не установлено настоящей Редакционной политикой.
8. Реклама информационной продукции¹, в том числе реклама мобильных приложений, должна соответствовать требованиям Федерального закона от 29.12.2010 г. №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и, в случае необходимости, маркироваться знаками информационной продукции (0+, 6+, 12+, 16+, 18+).
9. Если в рекламных материалах используются товарные знаки, то на такое использование должно быть соответствующее письменное разрешение от правообладателя.

Требования к сайту рекламодателя, на который ведет ссылка рекламного материала:

10. Страница сайта должна корректно открываться в браузере и не содержать ошибок скриптов и программ.
11. Если страница сайта, на которую ведет ссылка, при размещении или в ходе рекламной кампании не отвечает или открывается некорректно, размещение рекламных материалов будет приостановлено до исправления ошибки.

¹ Информационная продукция – предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи.