



1 декабря 2022 г.

Требования к рекламным материалам

Применяются ко всем рекламным материалам, размещаемым на рекламных площадках, обслуживаемых ООО “ЭВЕРЕСТ”.

Содержание

Общие требования	3
Ограничения.....	3
Содержание рекламных материалов.....	3
Предоставление рекламных материалов	4
Опции Интернет-рекламы	5
Маркировка рекламы	8
Баннеры	9
Баннер со звуком/видео	10
Перетяжка 100%xN	10
Процессорная нагрузка	10
HTML/HTML5 баннер	10
Баннер для интерактивного ТВ	10
Реклама в видео-контенте (Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, Post-roll, Pause-roll, Bumper Ads)	12
Размещение проходит в соответствии со стандартом VAST 2.0	12
Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, Post-roll, Bumper Ads.....	12
Звук.....	12
Видеоряд	12
Требования к файлу	12
Размещение при помощи технологии wrapper	14
Для форматов Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, Post-roll, Bumper Ads	14
Звук.....	14
Видеоряд	14
Требования к файлу	14
Интерактивная реклама в видео-контенте (Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, WOW pre-roll, Post-roll) в формате JS выполненная по стандарту VPAID 2.0.....	16
Звук.....	16
Видеоряд	16
Элементы управления.....	16
Требования к файлу	17

Баннер - расхлоп.....	18
Брендинг страницы.....	19
Общие требования к материалам	19
Рекламная статья (только для интернет-сайта domashiy.ru)	20
Требования к тексту	20
Тело статьи.....	20
Требования к фотографиям.....	20
Рекламная статья (только для интернет-сайта iz.ru)	21
ТГБ (только для интернет-сайта iz.ru)	21
Размещение логотипа.....	21
Логотип	22
Промерочные пиксели.....	23
Реклама на мобильных версиях сайтов.....	24
Fullscreen для мобильных версий сайтов	24
Требования к файлам	24
Реклама в мобильных приложениях.....	25
Требования к файлам	25

Общие требования

Ограничения

Не принимаются рекламные материалы:

- Имитирующие дизайн и навигационные кнопки сайта, системные кнопки или пиктограммы операционной системы, браузера и т.п., что могло бы ввести пользователя в заблуждение;
- С графикой плохого качества, ошибками в написании слов (в соот. с законом о гос. языке в рекламе должен использоваться русский язык);
- Раздражающие глаза (мерцание и т.п.).

Содержание рекламных материалов

Не принимаются рекламные материалы, содержащие сцены насилия, унижающие или оскорбляющие человеческое достоинство, общепринятые моральные нормы, экстремистские материалы, материалы порнографического характера, бранные слова, непристойные и/или оскорбительные образы, сравнения, выражения, а также материалы, содержащие иную информацию, распространение которой запрещено на территории РФ.

Компания оставляет за собой право отказать в размещении рекламного материала, если он не соответствует внутренней редакционной политике, иным внутренним документам Компании и/или законодательству РФ.

К размещению не принимается реклама следующих видов товаров:

- Алкоголь (крепкий, слабый), в т.ч. алкогольное пиво с нормативным содержанием объёмной доли этилового спирта свыше 0,5%;
- Табак, табачная продукция, курительные принадлежности, в т.ч. трубки, кальяны, сигаретная бумага и зажигалки;
- Рецептурных лекарственных средств;
- Азартных игр, пари (допустимо на сайтах спортивной тематики (зарегистрированной в СМИ));
- Оружия, военной техники, продукции военного назначения;
- Материалы предвыборной агитации и/или агитации по вопросам проведения референдума;
- Рекламу наркотических средств, растений, психотропных веществ и их прекурсоров;
- Рекламу взрывчатых веществ и материалов;
- Иных товаров, реклама которых запрещена в сети Интернет согласно законодательству РФ.

При размещении следующих товарных категорий необходимо получить подтверждение уполномоченных сотрудников, отвечающих за соблюдение редакционной политики соответствующего Интернет-ресурса:

- Безалкогольное пиво;
- Стимулирующие мероприятия;
- Безрецептурные лекарственные средства, БАДы, продукты детского питания, мед. изделия, мед. услуги;

- Лотереи, букмекерские конторы;
- Финансовые услуги;
- Интернет-магазины;
- Информационная продукция.

Предоставление рекламных материалов

Все рекламные материалы и сопроводительные документы в полном объеме должны быть предоставлены для проверки и тестирования не позднее, чем за 5 (Пять) рабочих дней до начала рекламной кампании, если иной срок не установлен в отношении соответствующих опций Интернет-рекламы.

Отдельно предоставляется ссылка (или ссылки) для перехода на сайт рекламодателя.

Перед утверждением рекламной кампании и размещении любых рекламных материалов необходимо осуществлять проверку объема прав с целью определения возможности размещения рекламных материалов.

Опции Интернет-рекламы:

«Баннер» – опция Интернет-рекламы, представляющая собой графическое изображение, текст или их сочетание (статичное, анимированное, и/или с использованием звуковых и видео эффектов), размером 240*400 px, 728*90 px, 468*60 px, 990*90 px, 990*350 px, 315*90 px, 980*145 px и иных, согласованных с сотрудниками сайта, размеров, в формате GIF / JPEG или созданное по технологиям JavaScript или HTML, являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя или страницу с дополнительной информацией.

«Брендирование страницы» - опция Интернет-рекламы, графическое (статичное) изображение рекламного характера, размещаемое на полях страниц Интернет- ресурса.

«Брендирование плеера» - опция Интернет-рекламы, графическое (статичное) изображение рекламного характера, размещаемое внутри видео плеера интернет ресурса с частичным изменением внешнего вида стандартного интерфейса плеера.

«Pre-roll» – опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), размещаемое перед соответствующим аудиовизуальным произведением контента Интернет-ресурса или во время его демонстрации, отделенное от соответствующего аудиовизуального произведения Контента Интернет-ресурса отбивкой и доступное для просмотра после нажатия пользователем кнопки "play" плеера».

«WOW pre-roll» – опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), размещаемое перед соответствующим аудиовизуальным произведением контента Интернет-ресурса, отделенное от соответствующего аудиовизуального произведения Контента Интернет-ресурса отбивкой, доступное для просмотра после нажатия пользователем кнопки "play" плеера и содержащее элементы, выходящие за пределы плеера и полностью перекрывающие Контент/обособленные элементы Контента Интернет-ресурса или вообще не перекрывающие Контент/обособленные элементы Интернет-ресурса.

«Post-roll» - опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), размещаемое после соответствующего аудиовизуального произведения контента Интернет-ресурса, отделенное от соответствующего аудиовизуального произведения контента Интернет-ресурса отбивкой и доступное по окончании просмотра основного аудиовизуального произведения.

«Mid-roll» - опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), размещаемое между началом и окончанием соответствующего аудиовизуального произведения Контента Интернет-ресурса и отделенное от него отбивками.

«Pause-roll» – опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), размещаемое между началом и окончанием, соответствующего аудиовизуального произведения контента Интернет-ресурса, отделенное от соответствующего аудиовизуального произведения контента Интернет-ресурса отбивкой и доступное после нажатия пользователем кнопки Play (воспроизвести), после того, как пользователь приостановил воспроизведение контента (поставил на паузу).

«Multi-roll» - опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), без четкого позиционирования, отделенное от соответствующего аудиовизуального произведения Контента Интернет-ресурса отбивкой, представляющее собой одну из форм опции Интернет-рекламы Pre-roll, Post-roll или Mid-roll.

«Fullscreen» - опция Интернет-рекламы, представляющая собой графическое изображение (статичное/анимированное), временно размещенное поверх основного содержания страницы Интернет-ресурса.

«Расхлоп» – опция Интернет-рекламы, представляющая собой стандартный баннер, имеющий два размера: стандартный и увеличенный. При этом баннер увеличенного размера показывается при наведении пользователем курсора мыши. Если пользователь убирает курсор мыши с увеличенного баннера, пользователю снова показывается баннер стандартного размера.

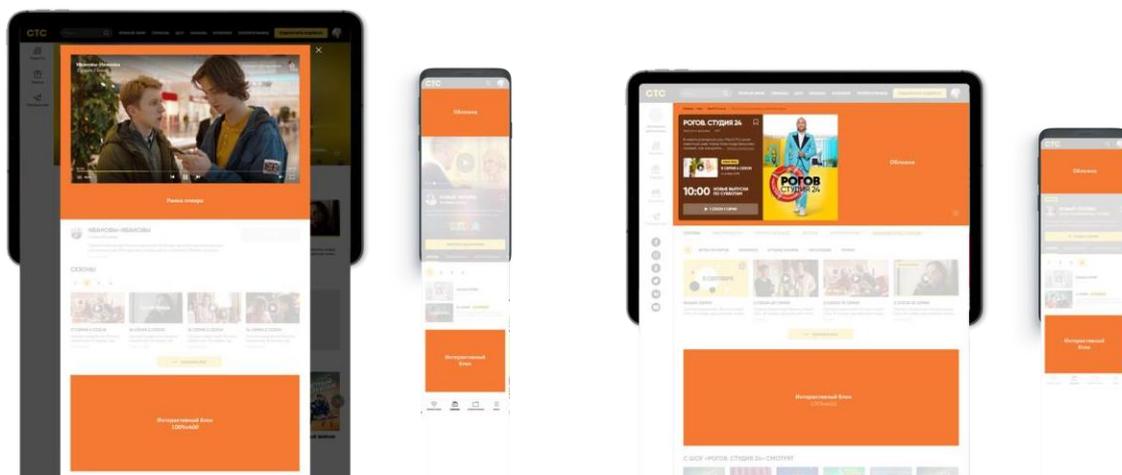
«Расхлоп баннеров» доступен для следующих размерах баннерных мест: 990x90 до 990x350 и 728x90 до 728x350 со сдвигом основного контента сайта (без перекрытия). 240x400 до 480x400 поверх основного контента (с перекрытием).

Рекламная статья (далее статья/статьи) - опция Интернет-рекламы, представляющая собой текстовую информацию рекламного характера (с приложением/без приложения фотоматериалов) и сопровождающаяся при размещении набивкой «реклама», «на правах рекламы», тематика которой соответствует тематике соответствующего интернет-сайта.

Размещение логотипа - опция Интернет-рекламы, представляющая собой размещение на отдельной странице сайта либо на анонсирующих материалах площадки логотипа рекламодателя (возможно с указанием контактных данных).

Лендинг на домене третьего уровня - технические требования для данного формата согласовываются индивидуально с площадкой под конкретное размещение.

Пакет интеграции в проект - технические требования для данного формата согласовываются индивидуально с площадкой под конкретное размещение.



Блок нативного размещения - Технические требования для данного формата согласовываются индивидуально с площадкой под конкретное размещение.

Инфографика - Технические требования для данного формата согласовываются индивидуально с площадкой под конкретное размещение.

Native banner - прямоугольный баннер, который отображается внутри содержимого страницы. Нативный баннер занимает выделенное для него место на экране, сохраняя пропорции. Пропорции различаются для портретной и ландшафтной ориентаций устройства, а также для смартфонов и планшетов. При нажатии на нативный баннер, как правило, открывается ссылка в новом окне.

Native video – видеобаннер, который отображается внутри содержимого страницы. Видеоролик запускается автоматически, как только он попадает в видимую область экрана; это происходит без действий пользователя, ролик запускается с отключенным звуком. Нажатие на видеоролик останавливает воспроизведение и выводит на экран кнопку перехода на сайт рекламодателя; повторное нажатие в свободной области запускает воспроизведение заново. После завершения воспроизведения на месте видеоролика отображается основной визуал, нажатие на который также приводит к переходу по ссылке. Нативное видео занимает всю ширину контейнера баннера и растягивается, сохраняя пропорции. Пропорции задаются соотношением сторон видеоролика; поддерживаются соотношения сторон 16:9 (рекомендованное), 16:10, 3:2 и 2:1.

Информер - текстово-графический блок. Технические требования для данного формата согласовываются индивидуально с площадкой под конкретное размещение.

Упоминание рекламодателя в титрах - технические требования для данного формата согласовываются индивидуально с площадкой под конкретное размещение.

«Vimpeg ADS» - опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик) с хронометражем не более 10 секунд размещаемое на площадках: Wink и ctc.ru, sport-express.ru в разделе “хайлайты”

«EVEREST PMP» – опция Интернет-рекламы, представляющая собой графическое изображение, текст или их сочетание (статичное, анимированное, и/или с использованием звуковых и видео эффектов), размером 240*400 px, 728*90 px, 468*60 px, 990*90 px, 990*350 px, 315*90 px, 980*145 px и иных, согласованных с сотрудниками сайта, размеров, в формате GIF / JPEG или созданное по технологиям JavaScript или HTML, являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя или страницу с дополнительной информацией. Сквозное пакетное мультиформатное размещение баннеров по всем ресурсам сети ЭВЕРЕСТ.

Маркировка рекламы

С «01» сентября 2022 года рекламодатели, рекламораспространители, операторы рекламных систем, разместившие в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламу, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации, обязаны предоставлять информацию или обеспечивать предоставление информации о такой рекламе в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в объеме, порядке и сроки, установленные статьей 18.1. Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (в редакции Федерального закона от 02.07.2021 N 347-ФЗ (ред. 14.07.2022)) (далее - ФЗ «О рекламе»), а также подзаконными и ведомственными нормативными актами.

Учитывая требования законодательства Российской Федерации к объему и составу информации о размещаемой в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе, передаваемой в соответствии со статьей 18.1 ФЗ «О рекламе», а также процедуру присвоения рекламным материалам идентификатора рекламы, рекламные материалы, направляемые вашей компанией в адрес ООО «ЭВЕРЕСТ» и подлежащие распространению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на условиях Договора/Договоров с «01» сентября 2022 года, должны соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации, в том числе:

- содержать пометку «реклама»;
- содержать указание на рекламодателя такой рекламы и/или сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы;

Рекламные материалы, направляемые вашей компанией в адрес ООО «ЭВЕРЕСТ» и подлежащие распространению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на условиях Договора/Договоров с «01» сентября 2022 года, не отвечающие вышеуказанным требованиям, могут быть не приняты ООО «ЭВЕРЕСТ» к размещению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», что не является нарушением условий оказания услуг по Договору/Договорам со стороны ООО «ЭВЕРЕСТ»/соответствующего рекламораспространителя.

Исключение составляет реклама, размещенная в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Ответственность за нарушение указанных требований ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель (ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с положениями части 1 статьи 14.3 «Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ нарушение рекламораспространителем законодательства о рекламе (в частности, части 16 статьи 18.1. ФЗ «О рекламе»), влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Баннеры

К баннерам применяются все требования, перечисленные в разделе «Общие требования».

В качестве баннеров может размещаться графическое изображение (.gif или .jpg), либо javascript+html код.

Общий вес креатива не должен превышать 100 кб

Материалы должны соответствовать размерам баннерного места (см. таблицу баннерных мест для соотв. сайтов).

Площадка	240x400 / 300x600	Перетяжка 100%*N	Background
ctc.ru	-	Возможно размещение как в первом экране (100%x90up), так и во втором (100%x250middle, 100%x250btf)	-
domashniy.ru	-	+	-
chetv.ru	-	+	-
ctclove.ru	-	Возможно размещение как в первом экране (100%x90up), так и во втором (100%x250middle)	-
ctckids.ru	+	-	-
sport-express.ru	+	+	+
ren.tv	+	+	-
5-tv.ru	+	+	-
iz.ru	+	+	-
78.ru	+	+	-

Более подробные технические требования по площадкам:

ren.tv

iz.ru

sport-express.ru

Баннер со звуком/видео

Данный формат может размещаться только по согласованию с площадкой.

По умолчанию звук должен быть выключен. Выключатель звука должен быть доступен с первой секунды видимости баннера, и быть заметным. Клик по выключателю звука не должен приводить к переходу на сайт рекламодателя. В случае использования видео в креативе управление включения/выключения звука.

Может быть реализовано на основе события наведения/уведения курсора мыши с рекламного ролика в баннере, старт видео только по клику или иные варианты по согласованию с площадкой.

Перетяжка 100%хN

Формат может иметь плавающую высоту от 90px до 250px. Согласовывается с площадками индивидуально.

Следует учесть, что для данного формата ширина 100% относится к ширине контентной области, а не ширине экрана браузера пользователя. При этом основная информация должна уместиться в области шириной 990px на случай показа баннера на устройствах с небольшими экранами.

По умолчанию ширина для изображений 990px, либо по согласованию с площадкой может изменяться.

Размещение в первом экране может быть только на страницах без плеера.

Процессорная нагрузка

Баннер не должен использовать более 25% процессорных ресурсов компьютера ¹ пользователя согласно данным на закладке Performance в Task Manager.

HTML/HTML5 баннер

Код может представлять собой HTML верстку баннера с CSS стилями и JavaScript- кодом, либо код вставки сторонней системы управления интернет-рекламой.

JavaScript и CSS предпочтительнее размещать внутри HTML-кода баннера, а не подключать отдельными файлами. Однако в случае необходимости использование отдельных файлов также допускается. Можно использовать как абсолютные ссылки на файлы, подгружаемые в баннер, так и относительные.

По умолчанию клики в HTML-баннере не учитываются. Для учета кликов в HTML- файл баннера необходимо внести изменения согласно одной из следующих инструкций:

Подсчет кликов в баннере

Чтобы в ADFOX у баннера считалась статистика по кликам, необходимо в HTML-коде в тэге а для атрибута href прописать переменную:

```
%banner.reference_user1%
```

Также для ссылок используйте атрибут target с переменной %banner.target% в значении атрибута.

Если атрибут отсутствует, то ссылка откроется внутри iframe, то есть рекламируемый сайт откроется на баннерном месте.

Пример HTML-кода для подсчета кликов по баннеру:

¹ Конфигурация компьютера - Intel Celeron 2.00 ГГц, 1024 Мб

1 Конфигурация компьютера - Intel Celeron 2.00 ГГц, 1024 Мб

Сайт рекламодателя
Инструкция для нескольких ссылок в HTML-баннере <https://specs.adfox.ru/page/273/>

Баннер для интерактивного ТВ:

В материалах предназначенных для размещения в интерактивном ТВ должны соблюдаться следующие требования: изображения, логотипы, key visual для дизайна в векторах должны быть в качестве 72dpi, FullHD (1920x1080) с цветовой моделью RGB

Реклама в видео-контенте (Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, Post-roll, Pause-roll, Bumper Ads)

Размещение проходит в соответствии со стандартом VAST 2.0

Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, Post-roll, Bumper Ads

Применяются все требования, перечисленные в разделе «Общие требования».

Длительность ролика не более 20 секунд (включительно), длительность может быть увеличена по согласованию с менеджером ²

Длительность ролика не более 10 секунд (включительно) для формата Bumper Ads

Хронометраж	Максимальный битрейт	Разрешение ролика	Вес ролика ¹
10 секунд	700 кбит/с	426x240	Не более 2мб
		640x360	Не более 2мб
	1400 кбит/с	854x480	Не более 3мб
		720x576	Не более 3мб
	2048 кбит/с	1280x720	Не более 4мб
	3584 кбит/с	1920x1080 (рекомендуемое)	Не более 5мб
До 20 секунд	700 кбит/с	426x240	Не более 3мб
		640x360	Не более 3мб
	1400 кбит/с	854x480	Не более 5мб
		720x576	Не более 5мб
	2048 кбит/с	1280x720	Не более 6мб
	3584 кбит/с	1920x1080 (рекомендуемое)	Не более 10мб
Более 20 секунд (по согласованию с менеджером)	700 кбит/с	426x240	Не более 6мб
		640x360	Не более 6мб
	1400 кбит/с	854x480	Не более 12мб
		720x576	Не более 12мб
	2048 кбит/с	1280x720	Не более 16мб
	3584 кбит/с	1920x1080 (рекомендуемое)	Не более 28мб

¹ Вес ролика не должен превышать 100 мб. Все файлы проходят принудительную конвертацию, которая может повлечь за собой незначительное ухудшение качества ролика.

Звук

Кодек аудио - AAC / AA

- битрейт - 128 или 256 кбит/с
- максимальная пиковая амплитуда сигнала (уровень нормализации): -3 dbFS
- максимальная кратковременная громкость: -21 LUFS
- минимальная кратковременная громкость: -27 LUFS

Видеоряд

Визуально видео не должно содержать элементов тред компрессии, не должно распадаться на квадраты. Все текстовые элементы должны легко читаться.

Кодек видео - H.264/AVC

- Profile: High
- GOP Size: 1-2 секунды
- GOP Reference B-Frame: On

Требования к файлу

Контейнеры: MP4

Видеокодеки: H.264/AVC

- Profile: High

² Превышение размера файла может повлечь увеличение цены и должно быть согласовано с менеджером CTC Медиа

- GOP Size: 1-2 секунды
- GOP Reference B-Frame: On

Разрешение видео: Соотношение сторон видеоролика должно соответствовать 16:9, размер не менее 640x360 (а для размещения на Smart-TV - не менее 1920x1080).

Реклама в видео-контенте размещается по стандарту VAST 2.0 (https://www.iab.com/wp-content/uploads/2015/11/VAST-2_0-FINAL.pdf)

Видеоконтент, используемый в рекламных креативах и размещенный за пределами нашей инфраструктуры, должен загружаться в виде статических (идемпотентных) ссылок по протоколу http(s) 1 или 2 версии, используя последовательную загрузку (progressive download) и/или Range запросы.

Стриминговое вещание по протоколам HLS, DASH, MSS и другим для рекламных креативов допускается только по отдельному согласованию и при условии таргетирования соответствующей рекламной кампании на устройства, безусловно поддерживающих данную стриминговую технологию.

Сетевой ресурс, на котором размещен креатив, должен отвечать следующим требованиям:

- Время загрузки первого байта (TTFB) - не более 1.5 секунд
- Скорость загрузки в пределах РФ (при наличии соответствующего интернет-канала) - не ниже 125% от битрейта видеофайла на протяжении всего времени загрузки
- Воспроизведение видео в стороннем плеере (напрямую по ссылке в браузере или VLC) должно начинаться не более чем через 1.5 секунды после загрузки первого байта видеофайла
- В ответе сервера должны присутствовать заголовки, разрешающие кеширование контента на публичных серверах
 - (a) Cache-Control: public; max-age: не менее 10
 - (b) Last-Modified: соответствует времени запроса ± 5 секунд

Размещение при помощи технологии wrapper

Для форматов Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, Post-roll, Bumper Ads

Для форматов Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, WOW pre-roll, Post-roll кроме размещения файлом возможно размещение при помощи технологии wrapper, при использовании которой применяются следующие требования:

Размер файла не более 2 Мб³

Звук

Кодек аудио - AAC / AA

- битрейт - 128 или 256 кбит/с
- максимальная пиковая амплитуда сигнала (уровень нормализации): -3 dbFS
- максимальная кратковременная громкость: -21 LUFS
- минимальная кратковременная громкость: -27 LUFS

Видеоряд

Визуально видео не должно содержать элементов тред компрессии, не должно распадаться на квадраты. Все текстовые элементы должны легко читаться.

Кодек видео - H.264/AVC

- Profile: High
- GOP Size: 1-2 секунды
- GOP Reference B-Frame: On

Максимальный битрейт видео в зависимости от разрешения ролика:

- 700 кбит/с для 360p и меньше
- 1400 кбит/с для 480p и 576p
- 2048 кбит/с для 720p
- 3584 кбит/с для 1080p

Требования к файлу

Формат: MPEG-4, расширение файла .mp4,

Видеокодек: AVC (H.264). Битрейт видео: постоянный (CBR) не более 1500 килобит/сек. (Рекомендуемые параметры сжатия: Битрейт 600-900, профиль – высокий, уровень -5.1)
Аудиокодек: AAC. Битрейт аудио: Постоянный (CBR) не более 128 килобит/сек. Частота дискретизации не более 44,1 kHz.

Разрешение видео: Соотношение сторон видеоролика должно соответствовать 16:9, размер не менее 640x360 (а для размещения на Smart-TV – не менее 1920x1080).

³ Превышение размера файла может повлечь увеличение цены и должно быть согласовано с менеджером СТС Медиа.

Соотношение сторон пикселя (Pixel aspect ratio - PAR) должно быть 4:3. Частота кадров: от 20 до 30 кадров/сек.

Видеоконтент, используемый в рекламных креативах и размещенный за пределами нашей инфраструктуры, должен загружаться в виде статических (идемпотентных) ссылок по протоколу http(s) 1 или 2 версии, используя последовательную загрузку (progressive download) и/или Range запросы.

Стриминговое вещание по протоколам HLS, DASH, MSS и другим для рекламных креативов допускается только по отдельному согласованию и при условии таргетирования соответствующей рекламной кампании на устройства, безусловно поддерживающих данную стриминговую технологию.

Сетевой ресурс, на котором размещен креатив, должен отвечать следующим требованиям:

- Время загрузки первого байта (TTFB) - не более 1.5 секунд
- Скорость загрузки в пределах РФ (при наличии соответствующего интернет-канала) - не ниже 125% от битрейта видеофайла на протяжении всего времени загрузки
- Воспроизведение видео в стороннем плеере (напрямую по ссылке в браузере или VLC) должно начинаться не более чем через 1.5 секунды после загрузки первого байта видеофайла
- В ответе сервера должны присутствовать заголовки, разрешающие кеширование контента на публичных серверах:
 - (c) Cache-Control: public; max-age: не менее 10
 - (d) Last-Modified: соответствует времени запроса ± 5 секунд

Интерактивная реклама в видео-контенте (Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, WOW pre-roll, Post-roll) в формате JS выполненная по стандарту VPAID 2.0

Применяются все требования, перечисленные в разделе «Общие требования».

Возможность размещения интерактивной рекламы в видео-контенте в формате JS всегда обсуждается с менеджером в индивидуальном порядке.

Размер файла не более 2 Мб ⁴

Кроме размещения файлом возможно размещение при помощи технологии wrapper4

Звук

Кодек аудио - AAC / AA

- битрейт - 128 или 256 кбит/с
- максимальная пиковая амплитуда сигнала (уровень нормализации): -3 dbFS
- максимальная кратковременная громкость: -21 LUFS
- минимальная кратковременная громкость: -27 LUFS

Видеоряд

Визуально видео не должно содержать элементов тред компрессии, не должно распадаться на квадраты. Все текстовые элементы должны легко читаться

Кодек видео - H.264/AVC

- Profile: High
- GOP Size: 1-2 секунды
- GOP Reference B-Frame: On

Максимальный битрейт видео в зависимости от разрешения ролика:

- 700 кбит/с для 360p и меньше
- 1400 кбит/с для 480p и 576p
- 2048 кбит/с для 720p
- 3584 кбит/с для 1080p

Элементы управления

Все элементы управления должны быть легко различимы и не должны допускать двойного толкования результата своего использования. Расположение элементов управления строго не регламентируется.

Креатив должен содержать как минимум следующие элементы управления:

1. Кнопка пропустить рекламу в виде традиционного элемента интерфейса закрытия окна, в правом верхнем углу креатива - должна присутствовать с шестой секунды от начала показа рекламного ролика.

⁴ Может повлечь увеличение цены и должно быть согласовано с менеджером CTC Медиа.

2. Таймер обратного отсчета должен присутствовать в том случае, если ролик линейен.
3. Кнопка отключения звука (mute) или регулятор громкости, должны присутствовать с начала ролика.

Требования к файлу

Полное описание стандарта VPAID доступно по адресу - https://www.iab.com/wp-content/uploads/2015/06/VPAID_2_0_Final_04-10-2012.pdf

Видеоконтент, используемый в рекламных креативах и размещенный за пределами нашей инфраструктуры, должен загружаться в виде статических (идемпотентных) ссылок по протоколу http(s) 1 или 2 версии, используя последовательную загрузку (progressive download) и/или Range запросы.

Стриминговое вещание по протоколам HLS, DASH, MSS и другим для рекламных креативов допускается только по отдельному согласованию и при условии таргетирования соответствующей рекламной кампании на устройства, безусловно поддерживающих данную стриминговую технологию.

Сетевой ресурс, на котором размещен креатив, должен отвечать следующим требованиям:

- Время загрузки первого байта (TTFB) - не более 1.5 секунд
- Скорость загрузки в пределах РФ (при наличии соответствующего интернет-канала) - не ниже 125% от битрейта видеофайла на протяжении всего времени загрузки
- Воспроизведение видео в стороннем плеере (напрямую по ссылке в браузере или VLC) должно начинаться не более чем через 1.5 секунды после загрузки первого байта видеофайла
- В ответе сервера должны присутствовать заголовки, разрешающие кеширование контента на публичных серверах:
 - (e) Cache-Control: public; max-age: не менее 10
 - (f) Last-Modified: соответствует времени запроса ± 5 секунд

Типы рекламных видеосообщений принимаются платформами в соответствии с нижеприведенной таблицей:

	Web (html плеер)	Mobile apps	SmartTV apps	Streaming (html5 плеер)
VAST (ролик mp4)	Принимается	Принимается	Принимается	Принимается
VAST wrapper (ссылка, по которой приходит xml с mp4 роликом)	Принимается	Принимается	Не принимается	Принимается
JS VPAID	Принимается	Не принимается	Не принимается	Принимается

Брендинг страницы

Для размещения на сайт необходимо предоставлять:

- Изображение для брендинга по ТТ, представленным ниже
- Номер цвета фоновой заливки (например, #ffffff)
- Высота шапки брендинга в px (область выше меню сайта)

Общие требования к материалам

- Высота шапки брендинга, если разрешена на площадке, должна быть не выше 150px. Может быть увеличена до 250px по согласованию с площадкой.
- Размер изображения 1680*1050 px
- Границы изображения (слева, справа, снизу) должны переходить в однородный цвет
- Размер JPG файла - до 200 КБ (Размер PSD не более 80 МБ)
- В центральной части изображения - плашка, залитая фоновым цветом шириной 1020px

При создании материалов для брендинга необходимо учитывать, что пользователи, просматривающие сайт, могут иметь различное разрешение экрана. Пользователи с различным разрешением экрана будут видеть различную часть подложки.

Исходя из распространенного пользовательского разрешения, рекомендуется всю информативную часть брендинга размещать в верхней части макета, не ниже 700го пикселя, а также рекомендуемая ширина информативной части по ширине должна быть не шире 1280px.

- В центральной части изображения должна быть плашка, залитая фоновым цветом шириной 1020px

С точки зрения верстки брендинг будет осуществляться добавлением фонового JPG элемента фиксированных размеров, который будет находиться под всем контентом страницы. Пространство вокруг изображения заливается однородным цветом также средствами верстки.

При размещении брендинга оно отделяется от контентной части сайта тенью в 5 пикселей, которая накладывается сверху на брендинг. Тень накладывается программно средствами верстки, и отдельно отрисовывать ее в макете брендинга не нужно.

Брендингу подлежат поля и на страницах без плеера также шапка сайта.

Если цвет фона белый или очень светлый, то граница с контентной частью сайта должна быть отчетливо видна с помощью теней.

Рекламная статья (только для интернет-сайта domashiy.ru)

Рекламная статья (далее статья/статьи) - опция интернет-рекламы, представляющая собой текстовую информацию рекламного характера (с приложением/без приложения фотоматериалов) и сопровождающаяся при размещении набивкой «реклама», «на правах рекламы», тематика которой соответствует тематике интернет-сайта www.domashniy.ru.

Основное содержание (контент) сайта представляет собой статьи по наиболее популярным женским темам: Отношения и Психология, Мода и Стиль, Красота и Здоровье, Еда, Дети, Образ Жизни, Дом и Интерьер, Сад и Дача.

Статьи должны соответствовать разделам, в которых они размещены, быть информативными, логически построенными.

Требования к тексту

- Статьи должны быть написаны на грамотном литературном языке: правописание, пунктуация, грамматика и стилистика текста.
- Статьи не должны содержать материалов либо ссылок, относящихся к секс-услугам, порнографии, пропаганде алкоголя, курения либо наркотиков, пропаганде насилия, ненависти и оскорбления религиозных чувств, оскорблений, сквернословия и ненормативной лексики. Не допускаются к публикации материалы, содержание которых нарушает законодательство Российской Федерации, в том числе ФЗ «О рекламе», а также не допускается размещение в статьях ссылок на страницы, нарушающие законодательство РФ.
- В статьях должен быть указан автор, за исключением случаев, когда автор в письменной форме предоставил свое согласие на использование произведения без указания его имени.
- Права на использование статей должны быть документально подтверждены.

Тело статьи

- Оптимальный объем статьи - 2 500 - 3500 знаков, включая пробелы.
- Статья должна иметь четкую логическую структуру: заголовок, анонс, статья, комментарии эксперта.
- Статья должна нести полезную информацию, согласно тематике портала, с четкими/пошаговыми/ рекомендациями, как сделать, как приготовить и пр. Для удобства чтения статья должна быть разбита на абзацы.

Требования к фотографиям

- Заглавная фотография к материалу должна быть яркой, выразительной, привлекающей внимание. Размер фотографии не может быть менее 650X483.
- В статьях, где представлены обзоры, пошаговые инструкции/рекомендации фотографии должны разбиваться пояснительным текстом. Размер фотографии внутри статьи – не менее 650x483.
- В статьях, представляющих собой фотогалереи с минимальным текстом, размер фотографии должен быть не менее 436X436.
- Все фотографии должны сопровождаться указанием имени автора, за исключением случаев, когда автор в письменной форме предоставил свое согласие на использование произведения без указания его имени.

- Права на использование фотографий должны быть документально подтверждены.

Рекламная статья (только для интернет-сайта iz.ru)

Портал iz.ru / Рубрика на усмотрение редакции

- Текст от 6 000 до 9 000 знаков;
- Инфоповод;
- Обязательное предварительное согласование темы;
- Обязательное предварительное согласование рубрики;
- Обязательное предварительное согласование форматов и стоимости анонсирования;
- Фотографии и иллюстрации (если предоставляет заказчик) обязательно должны соответствовать тех.требованиям - иметь горизонтальную ориентацию, носить документальный характер, отвечать иным требованиям редакции в части соответствия дизайну и верстке издания;
- Обязательное предоставление копирайта на фото.

ТГБ (только для интернет-сайта iz.ru)

ТГБ - текстово-графический блок, состоит из картинки, как правило небольшой, и текста.

Для размещения текстово-графического блока на iz.ru нужна картинка размером 300x180. Также необходимо предоставить заголовок (до 30 символов) и текст (до 60 символов).

Размещение логотипа

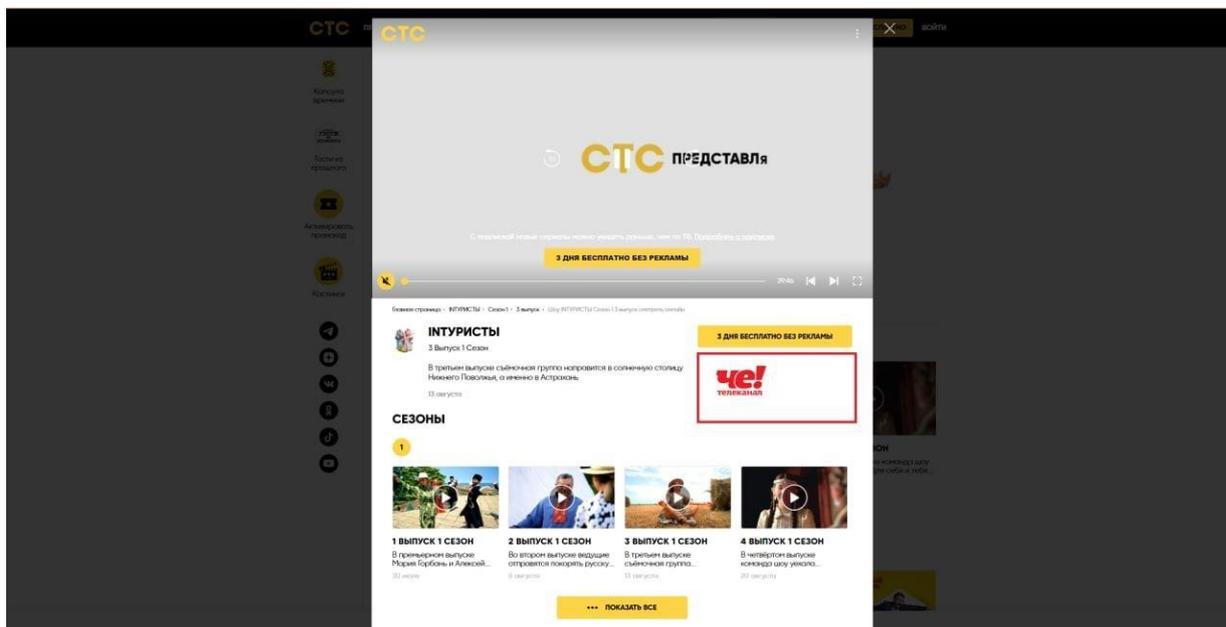
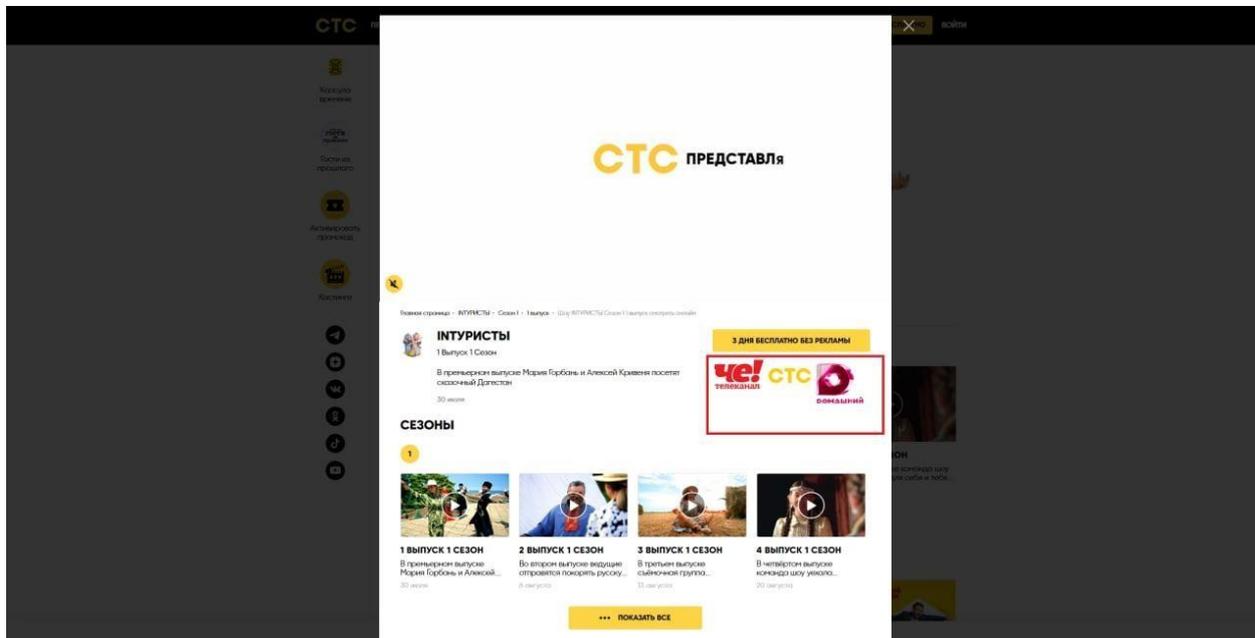
Для размещения логотипа принимаются файлы форматов JPG или PNG, следующих размеров: 30*30, 60*60, 90*90, 60*60 с указанием либо без указания контактной информации (адрес+телефон)

Размещается на stc.ru, more.tv, domashniy.ru, chetv.ru, stclove.ru. Максимальный размер файла – 70 кб.

Логотип

Для размещения логотипа принимаются файлы форматов JPG или PNG размера 100x60 по умолчанию, ширина может быть увеличена по согласованию с площадкой.

Максимальный размер файла - 70 кб.



Промерочные пиксели

Площадки располагают возможностью устанавливать промерочные пиксели сторонних систем, для контроля клиентом за процессом “открутки” рекламных кампаний.

Промерочные пиксели размещаются только для контроля, в любом случае расчёты всегда ведутся по показаниям статистики площадки. В одном баннере возможно размещение одного пикселя считающего показ и одного пикселя считающего переход (он заменяет собой ссылку для перехода). Поддерживаются пиксели следующих систем:

- Adriver
- Adfox
- MediaMind
- TNS
- AdHands
- Weborama

Размещение промерочных пикселей других систем невозможно.

Промерочные пиксели при размещении через wgarreg не устанавливаются. Возможность размещения промерочных пикселей в интерактивных рекламных роликах, выполненных по стандарту VPaid обсуждается в индивидуальном порядке с менеджером и может повлечь за собой изменение цены.

Промерочные пиксели размещаются площадкой в виде «как есть», т.е. площадка не вносит в них никаких изменений.

Для предотвращения кэширования, в промерочных пикселях вышеперечисленных систем используются специальные параметры, которые перед передачей пикселя необходимо откорректировать, добавив в конец пикселя параметр %random%.

Реклама на мобильных версиях сайтов

Размещается на m.ctc.ru, m.domashniy.ru, m.chetv.ru, m.ctclove.ru, m.ctckids.ru, m.ren-tv, m.5-tv.ru, m.iz.ru, m.78.ru, sport-express.ru

Fullscreen для мобильных версий сайтов.

Размещается на m.ctc.ru, m.domashniy.ru, m.chetv.ru, ctclove.ru, ren.tv, iz.ru, sport-express.ru двумя вариантами изображения - для портретного положения экрана и для альбомное.

Требования к файлам:

Размер файла - не более 50кб Формат файла - JPG/PNG Разрешение:

В случае портретной ориентации соотношение сторон должно быть не более 2:3, то есть 400x600px. и 640x960px.

В случае альбомной ориентации соотношение сторон должно быть не более 3:2, то есть 600x400px. и 960x640px.

Баннер 300x250 для мобильных версий сайтов

Размещается на m.ctc.ru, m.chetv.ru, m.ctclove.ru, m.domashniy.ru, m.ctckids.ru, m.ren.tv, m.5-tv.ru, m.iz.ru, m.78.ru, sport-express.ru.

Размер файла - не более 100кб

Формат файла - JPG/PNG

Разрешение - 300x250

Реклама в мобильных приложениях

Реклама в видео-контенте мобильных приложений (Pre-roll, Post-roll, Mid-roll)

Размещается в приложениях: Мобильные приложения more.tv, Телеканал СТС, Домашний.

Поддерживает стандарт VAST

Все требования к файлам полностью соответствуют требованиям для рекламы в WEB (см. Раздел Реклама в видео-контенте (Multi-roll, Mid-roll, Pre-roll, Post-roll, Pause-roll))

Баннер 300x250 для мобильных приложений

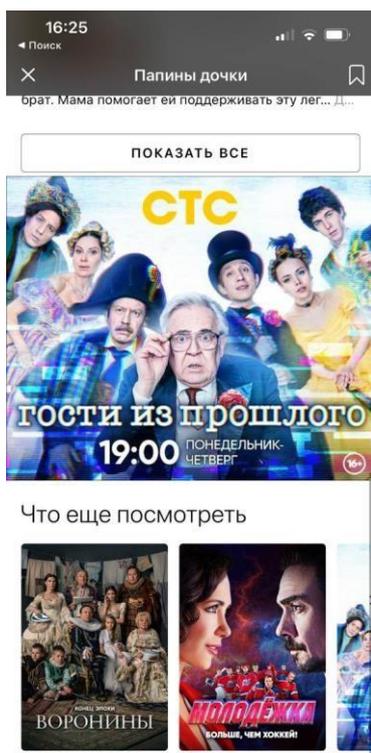
Размещается в приложениях: Телеканал СТС.

Требования к файлам:

Размер файла - не более 100кб Формат файла - JPG/PNG Разрешение файлов:

смартфон -300x250 планшет – 300x250

Пример:



В приложениях возможно осуществлять следующие действия по клику на баннер/видео:

- Переход на страницу клиента
- Переход в AppStore и Google Play
- Переход в почтовую программу
- Совершение звонка