

Требования к Баннерам

Размер:

240x400

Форматы:

jpeg, gif, swf — до 50 КБ

html — до 2 КБ

Требования к html-кодам внешних систем:

Ответ за 0,1 секунды. При задержке ответа оставляем за собой право заменить код на графическую заглушку.

При размещении swf и html обязательно должны быть предоставлены gif-заглушка, линк и альт.

Подготовка Flash-баннеров:

```
on (release) {  
    getURL(link1, "_blank");  
}
```

При этом баннерная система сама подставит необходимую ссылку в баннер, указанную вами в интерфейсе.

Код для одновременного учета показов и кликов двумя баннерными системами.

Первый вариант

Вы прописываете во флэш вызов пиксела, который будет на вашей стороне учитывать показы этого флэша. То есть, в первом кадре ролика нужно прописать вызов пиксела из Вашей БС:

```
if (ar_init == undefined)  
{  
    var ar_init = 1;  
    loadMovieNum("pixel" + Math.round(Math.random() * 1000000), 500);  
} // end if  
_root._visible = true;
```

Пример реального кода по прописыванию пиксела для учета показов во флэш:

```
if (ar_init == undefined)  
{  
    var ar_init = 1  
    getURL("http://ad.adriver.ru/cgi-bin/rle.cgi?sid=1&ad=120949&w=200&h=333&bt=21&pid=219210&bid=415791&bn=415791&rnd=398677908" + Math.round(Math.random() * 1000000), "_level500")  
}
```

Клики учитывать проще. Для этого ссылка внутри флэша указывается как обычно:

```
on (release)  
{  
    getURL(link1, "_blank");  
}
```

При клике по этой ссылке произойдет обращение к нашей крутилке, в ней же содержится линк, ведущий (провоцирующий обращение) на страницу партнера, например <http://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?sid=1&ad=120949&bt=37&pid=219210&bid=415792&bn=415792&rnd=1596179317&bn=415792> Там посчитает клик на вашей стороне и оттуда же перекинет пользователя на сайт рекламодателя.

Второй вариант

Рядом с баннером размещается маленький контрольный баннер-пиксел размером, например 0x0, с защитой от кэширования. Например, такой: [http://ad.adriver.ru/cgi-bin/rle.cgi?sid=1&ad=120949&w=200&h=333&bt=21&pid=219210&bid=415791&bn=415791&rnd=398677908" + Math.round\(Math.random\(\) * 1000000\), " level500](http://ad.adriver.ru/cgi-bin/rle.cgi?sid=1&ad=120949&w=200&h=333&bt=21&pid=219210&bid=415791&bn=415791&rnd=398677908) Он считает показы на вашей стороне.

А клики считает ссылка из нашей БС через вашу БС, например, такая, стоящая у нас <http://ad.adriver.ru/cgi-bin/click.cgi?sid=1&ad=120949&w=200&h=333&bt=42&pid=219210&bid=414856&bn=414856&rnd=0>

Технические требования к flash-баннерам

Для того чтобы баннер был размещён в нашей машинке необходимо чтобы он соответствовал следующим требованиям:

- используемые разрешения: 728x90 и 240x400;
- максимальный размер: 75Кб;
- наличие файла-заглушки в формате gif или jpg;
- плавная анимация (отсутствие мерцания);

Обрабатываемые переменные

Переменные, которые передаются машиной в баннер. Используются для указания пути перехода и персонализации.

- **link1** – адрес перехода по клику;
- **target** – способ открытия ссылки, по-умолчанию в новом окне;
- **nm** – имя пользователя из залогиненной анкеты;
- **photo** – ссылка на фото пользователя из залогиненной анкеты;
- **age** – возраст пользователя из залогиненной анкеты;
- **gender** – пол пользователя из залогиненной анкеты;
- **city_name** – город пользователя из залогиненной анкеты;

Рекомендации

Если учесть нижеприведённые рекомендации, ваш баннер будет выгодно отличаться от остальных flash-поделий.

- не стоит использовать flash для статичных баннеров;
- код предпочтительнее писать на ActionScript 3, это избавит ваш баннер от рывков и залипаний, а клиентские машины от перегрузки;
- частоту кадров для анимированных баннеров не следует указывать больше 30;
- пользовательское меню лучше сделать недоступным, а сам баннер немасштабируемым;
- между активным слоем, обрабатывающим нажатие мыши, и остальными элементами баннера лучше проложить маску размером с баннер, чтобы случайно забытые или неспрятанные за границами баннера сущности не расходовали ресурсы и не раздражали пользователя;
- не рекомендуется пытаться защитить или запутать исходный код – это снизит наше доверие к баннеру.

Требования к содержанию рекламных материалов:

- 1.1 Рекламные материалы должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ. В частности, мы не принимаем рекламу, которая:
 - 1.1.1. использует бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальных категорий, возраста, религиозных символов, официальных государственных символов;
 - 1.1.2. является недобросовестной, недостоверной, вводит потребителя в заблуждение, в том числе содержит недостоверные сведения о товаре/услуге;
 - 1.1.3. побуждает к совершению противоправных действий и/или призывает к насилию и жестокости;
 - 1.1.4. представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте.
- 1.2. Мы не размещаем рекламу, связанную с трагическими событиями, в частности, объявления, которые содержат в тексте слова «теракт, убийство, смерть, гибель, похороны, пожар, взрыв...».
- 1.3. В случае если реклама должна демонстрироваться пользователям, находящимся на территории России, стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, и, в случае необходимости, дополнительно в иностранной валюте.
- 1.4. Реклама должна соответствовать содержанию той страницы сайта, на которую ведет рекламная ссылка.
- 1.5. Если в рекламе используются превосходные степени имен прилагательных и/или содержатся сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, то подобные преимущества должны подтверждаться соответствующими исследованиями (заключениями и т.п.) третьих лиц. Рекламные материалы в этом случае должны содержать указание на такие исследования (заключения и т.п.).
- 1.6. Если в рекламе используется товарный знак, который не принадлежит прямому рекламодателю, необходимо предоставить копии документов, подтверждающих право использовать данный товарный знак. Такими документами могут являться: письмо-разрешение от правообладателя товарного знака; лицензионный договор (в случае невозможности предоставления перечисленных документов – гарантийное письмо).
- 1.7. При использовании в рекламе утверждений, вызывающих сомнение в их действительности (например «волосы более блестящие на 90%»), необходимо предоставить копии документов, подтверждающих данные утверждения. Такими документами могут являться: проведенное исследование в определенной области и другие. При наличии данных документов, в рекламе (рядом с «утверждением») ставится звездочка (*), ниже указываются данные представленного документа.
- 1.8. В случае проведения лотереи, необходимо предоставить (в зависимости от вида лотереи) следующие документы:
 - для стимулирующей лотереи - копию документа, подтверждающего направление уведомления о проведении рекламируемой лотереи в соответствующий государственный орган и само уведомление;
 - для проведения иной лотереи - копию разрешения на проведение рекламируемой лотереи.

Требования настоящего пункта не распространяются на рекламу государственных и муниципальных лотерей.

- 1.9. При использовании в рекламе фотографий/изображений физических лиц, необходимо предоставить копии документов, подтверждающих право использовать данные фотографии/изображения в рекламных материалах. Такими документами могут являться:
 - при размещении фотографии - письмо-разрешение от правообладателя на использование фотографии; лицензионный договор на передачу прав использования фотографии (в случае невозможности предоставления перечисленных документов – гарантийное письмо);
 - при использовании изображения физического лица - письмо-разрешение физического лица на использование его изображения в рекламном материале.

Согласие на использование изображения не требуется в случаях:

- использование изображения осуществляется в государственных, общественных или иных публичных интересах;
- изображение гражданина получено при съемке, которая проводится в местах, открытых для свободного посещения, или на публичных мероприятиях (собраниях, съездах, конференциях, концертах, представлениях,

спортивных соревнованиях и подобных мероприятиях), за исключением случаев, когда такое изображение является основным объектом использования;

- гражданин позировал за плату.
- 1.10. В случае использования в рекламе вымышленных персонажей (литературных, мультипликационных, киноперсонажей и т.д.), необходимо предоставить копии документов, подтверждающих право использования данных персонажей в рекламных материалах. Такими документами могут являться: письмо-разрешение от правообладателя персонажа; лицензионный договор (в случае невозможности предоставления перечисленных документов – гарантийное письмо).
- 1.11. При использовании в рекламе олимпийской и паралимпийской символики, необходимо предоставить копию разрешения на использование данной символики, выданного Международным олимпийским комитетом.
- 1.12. При указании в рекламе на эксклюзивность, необходимо предоставить документы, подтверждающие эксклюзивность. Такими документами могут являться: договор или соглашение, предоставляющее конкретному лицу право на эксклюзивное представление товара/объекта на определенной территории и другое.
- 1.13. Если реклама является видеороликом, необходимо предоставить документы, подтверждающие право на использование видеоролика. Такими документами могут являться: письмо-разрешение от правообладателя на использование видеоролика; лицензионный договор (в случае невозможности предоставления перечисленных документов – гарантийное письмо).
- 1.14. В случае использования в рекламе музыкального сопровождения (фонограммы) – необходимо предоставить документы, подтверждающие право на использование фонограммы. Такими документами могут являться: письмо-разрешение от правообладателя на использование фонограммы; лицензионный договор (в случае невозможности предоставления перечисленных документов – гарантийное письмо).
- 1.15. Мы не размещаем рекламу проектов третьих лиц, которые аналогичны услугам и сервисам Системы знакомств и общения «Мамба».
- 1.16. Мы также не принимаем к размещению рекламные материалы Интернет-сайтов, предлагающих следующие услуги:
 - гадания, предсказание будущего, услуги магов, колдунов и т.п.;
 - тесты, результаты которых пользователь может получить только после отправки СМС-сообщения, а также иные услуги, оплачиваемые с помощью платных СМС-сообщений.
- 1.17. На отдельных сайтах Системы знакомств и общения «Мамба» могут существовать другие ограничения по размещению рекламных материалов. Например, на сайте love.mail.ru не могут размещаться рекламные материалы сайтов, конкурирующих с каким-либо из сайтов в домене mail.ru.

Товары и услуги, реклама которых не допускается или к рекламе которых предъявляются особые требования

Реклама некоторых товаров и услуг запрещается или ограничивается действующим законодательством. В этом разделе рассказывается о том, что, как и почему можно или нельзя рекламировать.

- 2.1. Нельзя рекламировать:
 - алкогольную продукцию;
 - товары, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации. Например: контрафактные товары; услуги регистрации по месту жительства; дипломы;
 - наркотические вещества, психотропные вещества и их прекурсоры;
 - взрывчатые вещества и материалы, кроме пиротехнических изделий;
 - товары и услуги, подлежащие сертификации / лицензированию, при отсутствии необходимых сертификатов / лицензий;
 - распространение (продажу) дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ;
 - оружие;
 - основанные на риске игры и пари, а также их организаторов;
- 2.2. Можно рекламировать с соблюдением особых требований:
 - табачные изделия и курительные принадлежности;
 - лотереи и стимулирующие мероприятия;
 - лекарства, медицинскую технику и медицинские услуги;

- БАДы;
 - детское питание;
 - финансовые услуги;
 - ценные бумаги;
 - товары при дистанционном способе их продажи.
 - 2.3. Реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством РФ. Не допускается реклама товаров (работ, услуг), производство и (или) реализация которых запрещены законодательством РФ (Статья 7 ФЗ «О рекламе»).
 - 2.4. Реклама товаров и услуг, подлежащих сертификации / лицензированию, при отсутствии необходимых сертификатов / лицензий
Не разрешается реклама товаров в случае отсутствия такой сертификации или лицензии (ст. 7 закона «О рекламе»). Копии Сертификатов или Лицензий должны быть предоставлены Компании до момента начала размещения рекламы (ст. 13 закона «О рекламе»).
 - 2.5. Реклама о распространении (продаже) дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ
Не допускается реклама продаж дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации (п. 5 Постановления Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. № 612 «Правила продажи товаров дистанционным способом»; ст. 7 ФЗ «О рекламе»).
- Список товаров, свободная реализации которых запрещена, установлен Указом Президента РФ от 22 февраля 1992 г. № 179 «Перечень видов продукции и отходов производства, свободная реализация которых запрещена».

К данным товарам, в частности, относятся:

- Драгоценные и редкоземельные металлы и изделия из них;
- Драгоценные камни и изделия из них;
- Рентгеновское оборудование, приборы и оборудование с использованием радиоактивных веществ и изотопов;
- Яды, наркотические средства и психотропные вещества; Спирт этиловый;
- Лекарственные средства, за исключением лекарственных трав;
- Лекарственное сырье, получаемое от северного оленеводства (панты и эндокринное сырье).
- 2.6. Реклама оружия
Список мест, в которых разрешена реклама оружия, содержится в статье 26 ФЗ «О рекламе». Интернет в списке мест, где может быть размещена подобная реклама, не указан.
- 2.7. Реклама основанных на риске игр и пари, а также их организаторов
Список мест, в которых разрешена реклама основанных на риске и пари, а так же их организаторов, содержится в статье 27 закона «О рекламе». Интернет в списке мест, где может быть размещена подобная реклама, не указан.
Требования данной статьи закона распространяются на рекламу организатора основанных на риске игр, пари, являющегося игорным заведением, и мест их проведения.
- 2.8. Реклама алкогольной продукции
В соответствии с подпунктом 8 пункта 2 Статьи 21 закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
- 2.9. Реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей
Содержание рекламных материалов, используемых для рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, регулируется Статьей 23 ФЗ «О рекламе».
Так как табак, табачные изделия и курительные принадлежности, в том числе трубки, кальяны, сигаретная бумага, зажигалки и другие подобные товары подлежат обязательной сертификации, (Постановление Правительства РФ от 13.08.1997 г. "Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации") то не допускается их реклама без Сертификата соответствия (ст. 7 ФЗ «О рекламе»).
- Также не допускается реклама алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, обращающаяся к несовершеннолетним (ст.ст. 21-23 ФЗ «О рекламе»), поэтому реклама алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей осуществляется с таргетингом на пользователей, достигших 18-летнего возраста.
- 2.10. Реклама лотерей и стимулирующих мероприятий
Содержание рекламных материалов, используемых для рекламы лотерей и стимулирующих мероприятий,

регулируется Статьями 9 и 27 ФЗ «О рекламе».

На проведение лотереи организатором лотереи должно быть получено разрешение (Федеральный Закон "О лотереях" от 11.11.2003 № 138). Разрешение на проведение лотереи должно быть предоставлено Компании до момента начала размещения рекламы.

- 2.11. Реклама лекарств, медицинских услуг и товаров

Содержание рекламных материалов, используемых для рекламы лекарств, медицинских услуг и товаров, регулируется Статьей 24 ФЗ «О рекламе». В частности, реклама лекарств, медицинских услуг и товаров должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Реклама лекарственных средств в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам врачей, методов лечения, а также изделий медицинского назначения и медицинской техники, для использования которых требуется специальная подготовка, на сайтах Системы знакомств и общения «Мамба» не допускается.

Осуществление медицинской деятельности подлежит обязательному лицензированию (п. 96 ч. 1 ст. 17 Федерального Закона от 08.08.2001г. № 128 - «О лицензировании отдельных видов деятельности»).

Лекарственные средства могут производиться, продаваться и применяться на территории РФ, если они зарегистрированы Министерством здравоохранения РФ (ст. 19 Федерального Закона от 22.06.1998г. № 86 - «О лекарственных средствах»).

- 2.12. Реклама БАДов

Содержание рекламных материалов, используемых для рекламы БАДов, регулируется Статьей 25 ФЗ «О рекламе».

Запрещено производство и реализация биологически активных добавок к пище, не прошедших государственную регистрацию (п. 4 Постановления главного государственного санитарного врача РФ от 15.09.1997 г. № 21 «О государственной регистрации биологически активных добавок к пище»).

Биологически активные добавки к пище, ранее прошедшие в установленном порядке гигиеническую сертификацию, подлежат государственной регистрации после истечения сроков действия гигиенических сертификатов (п. 5 Постановления главного государственного санитарного врача РФ от 15.09.1997г. № 21 «О государственной регистрации биологически активных добавок к пище»).

Не допускается реклама БАДа без регистрационного удостоверения (ст. 7 ФЗ «О рекламе»).

- 2.13. Реклама детского питания

Содержание рекламных материалов, используемых для рекламы детского питания, регулируется Статьей 25 ФЗ «О рекламе».

Детское питание подлежит обязательной сертификации согласно Постановлению Правительства Российской Федерации от 13.08.1997 N 1013 «Об утверждении Перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и Перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации». Не допускается реклама продуктов детского питания без Сертификата соответствия (ст. 7 ФЗ «О рекламе»)

- 2.14. Реклама финансовых услуг

Статья 28 ФЗ «О рекламе» предъявляет требования к содержанию рекламных материалов для рекламы финансовых услуг, в том числе:

- • Страхование
- • Банковские услуги
- • Предоставление кредита
- • Управление активами
- • Привлечение денежных средств в долевое строительство

Осуществление банковских операций подлежит лицензированию в соответствии с ФЗ от 02.12.1990г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности».

Осуществление страхования интересов юридических лиц, а также физических лиц - резидентов Российской Федерации может осуществляться только страховщиками, имеющими лицензии, полученные в установленном порядке Законом РФ от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации».

Деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг (брокерская деятельность; дилерская деятельность; деятельность по управлению ценными бумагами; деятельность по определению взаимных обязательств (клиринг); депозитарная деятельность; деятельность по ведению реестра владельцев ценных бумаг; деятельность по организации торговли на рынке ценных бумаг) подлежит лицензированию в соответствии с ФЗ от 22.04.1996г. №39-ФЗ «О рынке ценных бумаг».

Деятельность на финансовых рынках (деятельность инвестиционных фондов; деятельность по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами и негосударственными пенсионными

фондами подлежит лицензированию) подлежит лицензированию в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 14.07.2006г. №432 «О лицензировании отдельных видов деятельности на финансовых рынках».

Реклама вышеуказанных видов деятельности не допускается при отсутствии соответствующей лицензии у рекламодателя (ст. 7 ФЗ «О рекламе»).

- 2.15. Реклама ценных бумаг

Содержание рекламных материалов, используемых для рекламы ценных бумаг, регулируется Статьей 29 ФЗ «О рекламе».

- 2.16. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи

Содержание рекламных материалов, используемых для рекламы товаров при дистанционном способе продажи, регулируется Статьей 8 ФЗ «О рекламе».

Примечание: Просим обратить внимание, что нельзя рекламировать распространение (продажу) дистанционным способом алкогольной продукции, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством.

- 2.17. Реклама информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»

Размещение рекламы информационной продукции, предназначенной 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), подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ допускается только при условии указания категории данной информационной продукции (часть 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе»). Рекламодатель обязан соблюдать указанные требования и несет ответственность за правильное определение категории вышеуказанной продукции, в случае если такая продукция является объектом рекламирования, а также указание в такой рекламе соответствующей категории рекламной продукции.