## Технические требования к баннерам

1. **Общие требования**

1. Размер баннера не должен превышать 300Кб;

2. Баннеры принимаются в форматах GIF, JPG, PNG и SWF (для Flash-баннеров).

3. Фон баннера не должен быть прозрачным, содержимое баннера должно занимать всю отведенную площадь;

4. Внешние коды к размещению не принимаются;

1. **Требования к Flash-баннерам**
2. Баннеры должны сопровождаться картинкой (GIF, JPG, PNG) такого же размера для случая, когда у пользователя не установлен Flash;
3. Flash-баннер должен быть изготовлен c использованием Flash версии с 8 по 10 включительно (ActionScript 2.0 / ActionScript 3.0);
4. Для самостоятельного учёта переходов с Flash-баннера в качестве ссылки необходимо использовать в баннере объект button со следующими параметрами:
5. // ActionScript 2.0:
6.
7. on(release) {
8. getURL(\_root.link1, "\_blank");
9. }
10.
11. // ActionScript 3.0:
12.
13. btn.addEventListener(MouseEvent.CLICK, clickHandler);
14. **function** clickHandler(e:MouseEvent):**void**{
15. navigateToURL(**new** URLRequest(root.loaderInfo.parameters.link1), "\_blank")
16. }
17. Материалы в формате Flash не должны содержать кода, выполняющего функции, отличные от управления анимацией;
18. В частности, запрещается взаимодействие баннера со страницей, с внешними сайтами, камерой, микрофоном, буфером обмена, работа с локальным хранилищем;
19. Запрещается применение техник, затрудняющих анализ содержимого баннера.
20. **Рекламная политика**

Агентство новостей «Между Строк» оказывает услуги по размещению рекламы в сети интернет при условии соблюдения рекламодателем следующих требований:

**Требования к содержанию рекламных материалов:**

1. Рекламные материалы должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ. В частности, АН «Между Строк» не принимает рекламу, которая:

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;

1.2. является недобросовестной, недостоверной, вводит потребителя в заблуждение, в том числе:

* содержит недостоверные сведения о товаре/услуге,
* содержит стандартные элементы пользовательского графического интерфейса, не обладающие соответствующими функциональными возможностями непосредственно в рекламном материале, и/или элементы дизайна страниц «Между Строк»,
* не дает четкого представления о том, кто является источником информации, содержащейся в рекламном сообщении;

1.3. побуждает к совершению противоправных действий и/или призывает к насилию и жестокости;

1.4. представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте.

2. АН «Между Строк» не принимает рекламу, связанную с трагическими событиями, в частности, объявления, которые содержат в тексте или ключевых фразах слова «теракт, убийство, смерть, гибель, пожар, взрыв...».

3. Текст рекламы должен быть составлен на русском языке.

3.1. Допускается использование в рекламе, наряду с текстом на русском языке, текста на иностранном языке при условии, что данный текст идентичен по своему содержанию и техническому оформлению тексту на русском языке.

3.2. В случае если сайт, на который ведет ссылка, включенная в рекламу («рекламная ссылка»), составлен на языке, отличающемся от языка рекламного объявления, обязательно наличие информации об этом в тексте рекламы.

4. Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, и, в случае необходимости, дополнительно в иностранной валюте.

5. Реклама должна соответствовать содержанию той страницы сайта, на которую ведет рекламная ссылка. Например, если реклама содержит информацию о скидке, то рекламная ссылка должна вести на ту страницу сайта рекламодателя, где эта скидка явно указана.

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 текст рекламы содержит провокационные заявления, имеет неоднозначную трактовку, может ввести пользователя в заблуждение, Яндекс вправе потребовать полного соответствия заголовка статьи тексту рекламы.

5.2. Из текста рекламного объявления должно быть понятно, что оно рекламирует источник, на котором можно ознакомиться с новостной статьей.

5.3. Если заголовки новостей (статей) используются в медийном баннере, то указание на источник должно размещаться на одном слайде с самим заголовком, при этом размер шрифта этого текста должен быть не меньше, чем размер шрифта самого заголовка.

6. Использование в рекламе превосходной степени имен прилагательных и/или сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами допускается, если указанная информация подтверждена соответствующими исследованиями (заключениями и т.п.) третьих лиц.

Реклама некоторых товаров и услуг запрещается или ограничивается действующим законодательством. В этом документе рассказывается о том, что, как и почему можно или нельзя рекламировать, а также приведены цитаты из законов, объясняющие действующие запреты и ограничения.

**Нельзя рекламировать**

* 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 товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ;
* табачные изделия и курительные принадлежности.

**Нельзя рекламировать в интернете**

* оружие;
* основанные на риске игры и пари, а также их организаторов;
* алкогольная продукция.

**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»).

**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 в службу размещения до момента начала размещения рекламы (ст. 13 закона «О рекламе»).

Подробнее: выдержки из Статьи 7 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_7.xml>) и Статьи 13 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_13.xml>) ФЗ «О рекламе».

**Реклама о распространении (продаже) дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ**

Не допускается реклама продаж дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации (п. 5 Постановления Правительства РФ от 27.09.2007 г. № 612 «Правила продажи товаров дистанционным способом»; ст. 7 ФЗ «О рекламе»)

Список товаров, свободная реализации которых запрещена, установлен Указом Президента РФ от 22.02.1992 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) (введено распоряжением Президента РФ от 30.11.1992 N 743-рп).

Подробнее: выдержки из Статьи 7 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_7.xml>) ФЗ «О рекламе»; из Постановления Правительства РФ от 27.09.2007 г. (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_resolution.xml>); из Указа Президента РФ от 22.02.1992 г. № 179 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_decree.xml>).

**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.

**Реклама основанных на риске игр и пари, а также их организаторов**

Список мест, в которых разрешена реклама основанных на риске игр 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.

**Реклама алкогольной продукции**

В соответствии со ст. 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

**Реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей**

В соответствии со п. 8 ст. 7 ФЗ «О рекламе» запрещено размещение рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

**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 (ФЗ «О лотереях» от 11.11.2003 № 138). Разрешение на проведение лотереи должно быть предоставлено в службу размещения до момента начала размещения рекламы.

Подробнее: выдержки из Статьи 9 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_9.xml>) и Статьи 27 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_27.xml>) ФЗ «О рекламе».

**Реклама лекарств, медицинских услуг и товаров**

Содержание рекламных материалов, используемых для рекламы лекарств, медицинских услуг и товаров, регулируется Статьей 24 ФЗ «О рекламе».

Осуществление медицинской деятельности подлежит обязательному лицензированию (п. 46 ч. 1 ст. 12 Федерального Закона от 04.05.2011 № 99 «О лицензировании отдельных видов деятельности», Постановление Правительства РФ от 16.04.2012 № 291 «О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»)»).

Лекарственные препараты вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы соответствующим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти (ст. 13 Федерального Закона от 12.04.2010 № 61 «Об обращении лекарственных средств»).

Подробнее: выдержки из Статьи 24 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_24.xml>) ФЗ «О рекламе».

**Реклама БАДов**

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

Биологически активные добавки должны проходить процедуру государственной регистрации (ФЗ от 02.01.2000 № 29 «О качестве и безопасности пищевых продуктов»).

Выданные до 15.08.2003 г. регистрационные удостоверения на биологически активные добавки к пище действительны до истечения срока их действия (п. 3 Постановления Главного государственного санитарного врача РФ от 15.08.2003 № 146 «О санитарно-эпидемиологической экспертизе биологически активных добавок»).

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

Подробнее: выдержки из Статьи 25 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_25.xml>) ФЗ «О рекламе».

**Реклама детского питания**

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

Детское питание подлежит обязательной сертификации согласно п. 2 Перечня пищевых продуктов, материалов и изделий, косметической продукции, средств и изделий для гигиены полости рта, подлежащих государственной регистрации (Приложение к Положению о государственной регистрации новых пищевых продуктов, материалов и изделий и ведении Государственного реестра пищевых продуктов, материалов и изделий, разрешенных для изготовления на территории Российской Федерации или ввоза на территорию Российской Федерации и оборота, утвержденному Постановлением Правительства РФ от 21.12.2000 № 988).

Не допускается реклама продуктов детского питания без Сертификата соответствия (ст. 7 ФЗ «О рекламе»).

Подробнее: выдержки из Статьи 25 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_25.xml>) ФЗ «О рекламе».

**Реклама ценных бумаг**

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

Подробнее: выдержки из Статьи 29 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_29.xml>) ФЗ «О рекламе».

**Реклама товаров при дистанционном способе их продажи**

Продажа товаров дистанционным способом признается продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 27.07.2007 года №612)

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

Если вы рекламируете товары, продажа которых осуществляется дистанционным способом, в рекламе вы должны указать сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Примечание: Просим обратить внимание, что не допускается распространение (продажа) дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством.

Подробнее: выдержки из Статьи 8 (<http://advertising.yandex.ru/assets/asset_8.xml>) ФЗ «О рекламе»

**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.