

Требования к рекламным материалам

Общая информация

1. Креатив должен содержать в видимой части:
 - Пометку «Реклама»;
 - Указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы (например, ООО «Ромашка» и/или romashka.ru).
2. Каждый рекламный креатив должен быть сопровожден следующей информацией:
 - Коды ОКВЭД для объекта рекламирования;
Варианты: ОКВЭД объекта рекламирования или базовый код ОКВЭД организации;
 - Общее описание объекта рекламирования (опционально);
 - Кликовая/целевая ссылка (URL).

Важно:

Кликовая/целевая ссылка, если делает редирект на посадочную страницу рекламодателя, должна позволять пробрасывать в URL посадочной страницы рекламодателя идентификатор креатива, который Digital Alliance самостоятельно зашьет в изначальную кликовую/целевую ссылку.

Размещение социальной рекламы

Социальная реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», должна содержать пометку «Социальная реклама», а также указание на рекламодателя социальной рекламы и на сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе социальной рекламы.

Предоставление рекламных материалов

Все рекламные материалы и сопроводительные документы должны быть предоставлены для проверки и тестирования не позднее чем за 5 (пять) рабочих дней до начала рекламной кампании.

Маркировка и регистрация рекламы в ОРД, передача токена ERID в посадочные страницы рекламодателя

Регламент с Weborama

DIGITAL ALLIANCE

От Веборамы будем получать VAST тег и кликовую ссылку (для комплекта материалов ролик+пиксель) уже с добавленным параметром для передачи ERID и с указанным там макросом %user3%, который будет прокидывать полученный нами ERID в тег/кликовую.

Пример с VAST/VPAID Веборамы:

(erid передается через параметр utm. В Adfox для проброса erid используется макрос %user3%)

<https://wcm-ru.frontend.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=im&a.si=7&a.te=13358&a.he=1&a.wi=1&a.hr=X&a.ra=%random%&a.ycp=co%3A100%7Cst%3A0%7Css%3A0%7Cutm%3Aerid%3D%user3%>

Пример с кликовой ссылкой Веборамы для комплекта стандартных материалов (ролик+пиксель):

(erid передается через параметр а.уср. в Adfox для проброса erid используется макрос %user3%):

[https://wcm-ru.frontend.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&a.si=7&a.te=13359&a.ycp=erid%3D%user3%&a.ra=\[RANDOM\]&g.lu=](https://wcm-ru.frontend.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&a.si=7&a.te=13359&a.ycp=erid%3D%user3%&a.ra=[RANDOM]&g.lu=)

Демо проброса ERID в кликовую через тег Веборамы:

<https://googleads.github.io/googleads-ima-ht-ml5/vsi/?tag=https%253A%252F%252Fwcm-ru.frontend.weborama.fr%252Ffcgi-bin%252Fdispatch.fcgi%253Fa.A%253Dim%2526a.si%253D7%2526a.te%253D13358%2526a.he%253D1%2526a.wi%253D1%2526a.hr%253DX%2526a.ra%253D852369741%2526a.ycp%253Dco%25253A100%25257Cst%25253A0%25257Css%25253A0%25257Cutm%25253Aerid%25253D123456>

Регламент с Sizmek

От Sizmek будем получать VAST тег с уже добавленным параметром для передачи ERID и с указанным там макросом %user3%, который будет прокидывать полученный нами ERID в тег/кликовую.

Пример с VAST/VPAID Sizmek

(erid передается через параметр LineID. В Adfox для проброса erid используется макрос %user3%):

[https://bs.serving-sys.ru/Serving/adServer.bs?c=23&cn=display&pli=1000175939&ord=%random%&pcp=\\$\\${%site.id%}:{%request.referrer:urlenc%}}\\$\\$&LineID=%user3%](https://bs.serving-sys.ru/Serving/adServer.bs?c=23&cn=display&pli=1000175939&ord=%random%&pcp=$${%site.id%}:{%request.referrer:urlenc%}}$$&LineID=%user3%)

Демо проброса ERID в кликовую через тег Sizmek:

<https://googleads.github.io/googleads-ima-ht-ml5/vsi/?tag=https%253A%252F%252Fbs.serving-sys.ru%252FServing%252FadServer.bs%253Fc%253D23%2526cn%253Ddisplay%2>

DIGITAL ALLIANCE

526pli%253D1000175939%2526ord%253D%252525random%252525%2526pcp%253D%2524%252412345%253A963258%2524 %2524%2526LineID%253D741258

Регламент с AdRiver

Для передачи токена в кликовую ссылку или VAST тег у AdRiver предназначен параметр `erir`, соответственно, к кликовой ссылке или VAST-тегу AdRiver нужно добавлять следующую конструкцию: `&erir=%user3%`

Пример кликовой AdRiver:

```
//ad.adriver.ru/cgi-bin/-  
click.cgi?sid=1&bt=76&ad=733163&pid=3345991&bid=7735818&bn=7735818&exss=&rnd=19  
21475531&erir=%user3%
```

Важно!

Чтобы работал проброс в конечную ссылку на лендинг рекламодателя, необходимо, чтобы в UI AdRiver в параметрах баннера был указан параметр `&erir_identifier=![erir0]`

Регламент с 5Vision (Brain)

Для передачи токена в кликовую для интерактивной рекламы 5Vision используется параметр `erid`, в который нужно передать токен макросом `%user3%`

Пример VAST тега 5Vision:

```
https://get.5visions.com/viplus2/vast/10433.xml?erid=%user3%
```

Маркировка и регистрация рекламы в ОРД, передача токена ERID в посадочные страницы рекламодателя

Регламент работы при предоставлении прямых ссылок на посадочную страницу (Landing page)

Прямая ссылка на Landing Page должна содержать параметр `&erid=%user3%`

Например:

```
https://chernogolovka.com/news/novosti/kola-chernogolovka-ch-to-  
neyasnogo/?utm_source=da_videonetwork&utm_medium=olv&utm_content=60_sec&utm_te  
rm=140187&utm_campaign=chernogolovka cola_olv_aug-sept_22&erid=%user3%
```

В случае если параметры передаются в urlencoded-формате, тогда так: `%26erid%3D%user3%` (`%users%` не закодирован)

DIGITAL ALLIANCE

Например:

https://8jxm.adj.st/route?tariffClass=business&adj_t=8kw9or5_hqbq5rr&ref=comfort1_karat_da&adj_campaign=karat0208&adj_adgroup=comfort1&adj_creative=da&adj_fallback=https%3A%2F%2Fgo.yandex%2Fru_ru%2Ffp%2Frides%2Fcomfort%3Futm_source%3Dmedia%26utm_medium%3Dkarat0208%26utm_campaign%3Dcomfort1_da%26erid%3D%user3%&adj_redirect_macos=https%3A%2F%2Fgo.yandex%2Fru_ru%2Ffp%2Frides%2Fcomfort%3Futm_source%3Dmedia%26utm_medium%3Dkarat0208%26utm_campaign%3Dcomfort1_da%26erid%3D%user3%

Если используется не прямая ссылка, а ссылка с редиректом, то эта ссылка должна содержать параметр для прокидывания erid в конечный Landing page и макрос %user3%

Например:

[https://wcm-ru.frontend.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&a.si=7&a.te=13359&a.ycp=erid%3D%user3%&a.ra=\[RANDOM\]&g.lu=](https://wcm-ru.frontend.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&a.si=7&a.te=13359&a.ycp=erid%3D%user3%&a.ra=[RANDOM]&g.lu=)

Технические возможности размещений

| Возможности | Mobile application | Smart TV | Web (desktop + mobile) |
|---|--------------------|----------|------------------------|
| Пиксель на показ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Пиксель на качественные метрики (IVT, BS, VA) | ✗ | ✗ | ✓ |
| Размещение кодом | ✗ | ✗ | ✓ |

Важно!

При размещении продукта на всех платформах (WEB + Mobile application + Smart TV) рекламодатель должен предоставить комплект креативов, позволяющий разместиться на соответствующих платформах.

Технические требования к исходным видеофайлам для размещения Web desktop + Web mobile

Рекламные креативы для подобных размещений могут быть как видео файлом, так и кодом

DIGITAL ALLIANCE

| | |
|--|---|
| Формат файла | .mp4 |
| Кодек видеопотока | H.264 |
| Разрешение при соотношении сторон ролика 16:9 | 1280x720 |
| Соотношение сторон пиксела | 1:1 (square pixel) |
| Битрэйт видео | от 5 мБ/с |
| Частота кадров | 25 fps |
| Звук | AAC, 48KHz, stereo 32 Bit/sec CBR, HiQ setting |
| Уровень звука | -15db |
| Размер файла | без ограничений |
| Длительность ролика | |

- непропускаемый – минимум 6 секунд / максимум 30 секунд
- Пропускаемый – 10 – 60 секунд (Кнопка “Пропустить” появляется с 5-й секунды)

Требования к кодам и пикселям сторонних систем

Для аудита внешними системами принимаются коды*:

- MOAT
- Sizmek
- Weborama
- DoubleVerify
- Adriver
- Admon

Пиксели — принимаются счетчики любого верификатора, сертифицированные на промер платформы размещения. Пиксели к размещению принимаются только в текстовом файле (.txt).

Все коды и пиксели сторонних систем должны работать как по http, так и по https протоколу. Все ссылки в присылаемых кодах и пикселях не должны содержать жесткого указания протокола, и должны начинаться со сдвоенного слеша «//».

Размер ролика, зашитого в код, не должен превышать 2-3 мВ для ролика 15 секунд (в среднем 0,7–1 мВ для каждых 5 секунд видео). Достаточный битрейт видеопотока 0,6-

DIGITAL ALLIANCE

1 mbps. Уровень звука не должен превышать -15 db.

***В случае размещения кодами:**

1. Информация о том, что РК будет размещена кодом, должна быть предоставлена на этапе бронирования, в противном случае код к размещению приниматься не будет
2. Агентство высылает ролик в Digital Alliance для юридической проверки
3. После подтверждения ролика юристами Digital Alliance подтверждает агентству размещение данного ролика
4. Готовые коды принимаются ТОЛЬКО через менеджера Службы продаж Digital Alliance
5. Коды должны быть предоставлены заблаговременно для проведения тестирования их работоспособности на основных площадках Видеосети

Технические требования к исходным видеофайлам для размещения Mobile Application и Smart TV

К размещению принимается только видеофайл! Размещение кодом невозможно

| | |
|--|--|
| Формат файла | .mp4 |
| Кодек видеопотока | H.264 |
| Разрешение при соотношении сторон ролика 16:9 | 1280x720 |
| Соотношение сторон пиксела | 1:1 (square pixel) |
| Битрейт видео | от 5 мБ/с |
| Частота кадров | 25 fps |
| Звук | AAC, 48KHz, stereo 32 Bit/sec CBR, HiQ setting |
| Уровень звука | -15db |
| Размер файла | без ограничений |
| Длительность ролика | |

- непропускаемый — минимум 6 секунд / максимум 30 секунд
- пропускаемый — 10-60 секунд (Кнопка «Пропустить» появляется с 5-й секунды)