



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. Для рекламного креатива необходимо предоставить кликовую и/или целевую ссылку (URL).
3. Претензии по отсутствию или проблемам с отображением статистики по счётчику на стороне Клиента принимаются в течение 3 суток после фактического старта рекламной кампании.

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.

Размещение идентификатора рекламы (erid) в кликовой ссылке

Передача идентификатора (токена) в кликовые ссылки рекламных платформ осуществляется автоматически с использованием макроса Adfox %user3%

Используемые параметры со стороны рекламных платформ для передачи токена:

Платформа	Параметр	Пример
Weborama (VAST тег)	erid=%user3%	https://wcm-ru.frontend.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=im&a.si=7&a.te=15269&a.he=1&a.wi=1&a.hr=X&a.ra=%random%&erid=%user3%&a.ypc=co:100%7Cst:0%20%7Ccs:0%7C
Weborama (пиксель)	erid=%user3%	https://wcm-ru.frontend.weborama.fr/fcgi-bin/dispatch.fcgi?a.A=cl&erid=%user3%&a.si=7&a.te=15265&a.ra=%random%&g.lu=
Adservering (VAST тег)	LineID=%user3%	https://bs.serving-sys.ru/Serving/adServer.bs?c=23&cn=display&pli=1041743806&ord=%random%&pcp=\${%site.id%}:{%request.referrer:urlenc%}}&LineID=%user3%
Adservering (пиксель)	LineID=\${%site.id%}&erid=%user3%&pcp=\${%request.referrer:urlenc%}}&	https://bs.serving-sys.ru/Serving/adServer.bs?cn=bisi&pli=1087043707&adid=1087043708&ord=%random%&LineID=\${%site.id%}&erid=%user3%&pcp=\${%request.referrer:urlenc%}}&



AdRiver (VAST ter)	erid=%user3%	https://ad.adriver.ru/cgi-bin/erle.cgi?sid=1&bt=99&tuid=1&ad=765691&pid=3735619&bid=9363510&bn=9363510&exss=&erid=%user3%&rnd=%random%
5Vision (Brain) (VAST ter)	erid=%user3%	https://get.5visions.com/viplus2/vast/11938.xml?erid=%user3%

Размещение идентификатора рекламы (erid) в целевой ссылке

Целевая ссылка на посадочную страницу рекламодателя должна содержать параметр &erid=%user3%

Пример:

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

В случае, если параметры передаются в urlencoded формате, то: %26erid%3D%user3% (%user% не закодирован)

Пример:

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%

При отсутствии кликовой/целевой ссылки

Digital alliance самостоятельно размещает/наносит идентификатор рекламы поверх видеоролика, в левом верхнем углу, в виде пометки «erid:xxx», где «erid»-наименование идентификатора рекламы, а «xxx» - идентификатор, присвоенный ОРД данному рекламному материалу (набор буквенно-цифрового текста на основе букв латинского языка, шрифт Comfortaa, размер шрифта 16).

Пример:



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.

Важно!

Не размещать важную информацию/набивку в левом верхнем углу. По умолчанию там располагается ERID

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

Рекламные креативы для подобных размещений могут быть как видео файлом, так и кодом (VAST тег)

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
Размер файла	без ограничений

Обязательные технические требования к громкости ролика:

Громкость ролика (Loudness)	- 23 (+0.5) LUFS
Максимально допустимый уровень истинных пиков (Maximum Permitted True Peak level)	-3 dbTP

Длительность ролика:

Максимальный хронометраж ролика зависит от продукта:

- на всех продуктах кроме Flex CPM (включая онлайн ТВ и CPV продукты) ограничение 60 секунд;
- на продукте Flex по CPM ограничение 120 секунд.

Пропускаемость:

- хроно до 6 сек – непропускаемый;
- хроно до 20 сек - по умолчанию кнопка пропуска с 5 сек. Непропускаемость ролика можно настроить только если хронометраж не выше 20 сек с любой секунды;
- хроно более 20 сек - только пропускаемые.

Требования к кодам и пикселям сторонних систем

Для аудита внешними системами принимаются коды*:

- MOAT
- Adserving
- 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 0,6-1 mbps. Громкость ролика (Loudness): - 23 (+0.5) LUFS. Максимально допустимый уровень истинных пиков (Maximum Permitted True Peak level): -3 dbTP.

***В случае размещения кодами (VAST tag):**

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)
Битрэйт видео	от 5 мБ/с
Частота кадров	25 fps
Звук	AAC, 48KHz, stereo 32 Bit/sec CBR, HiQ setting
Размер файла	без ограничений



Обязательные технические требования к громкости ролика:

Громкость ролика (Loudness)	- 23 (+0.5) LUFS
Максимально допустимый уровень истинных пиков (Maximum Permitted True Peak level)	-3 dbTP

Длительность ролика:

Максимальный хронометраж ролика зависит от продукта:

- на всех продуктах кроме Flex CPM (включая онлайн ТВ и CPV продукты) ограничение 60 секунд;
- на продукте Flex по CPM ограничение 120 секунд.

Пропускаемость:

- хроно до 6 сек – непропускаемый;
- хроно до 20 сек - по умолчанию кнопка пропуска с 5 сек. Непропускаемость ролика можно настроить только если хронометраж не выше 20 сек с любой секунды;
- хроно более 20 сек - только пропускаемые.