



Российские рекомендации качественной рекламы. Версия 1.

Russian Better Ads Guidelines . Version 1.

21 декабря 2017, Москва

Введение

Настоящие рекомендации были подготовлены «Индустриальным комитетом IAB Russia по улучшению рекламы» на основании результатов исследования «Как российские пользователи воспринимают рекламу в интернете» в котором было опрошено более 6000 пользователей.

(https://iabrus.ru/uploads/files/BetterAds/20171221_IAB_Russia_Исследование_восприятия.pdf)

Цель рекомендаций – улучшить для интернет-пользователей опыт взаимодействия с интернет-рекламой, уменьшить влияние раздражающих форматов и способствовать снижению использования программ-блокировщиков, которые вырезают как раздражающую, так и хорошую рекламу и разрушают экономическую модель по которой СМИ и сервисы бесплатно предоставляют контент и услуги пользователям.

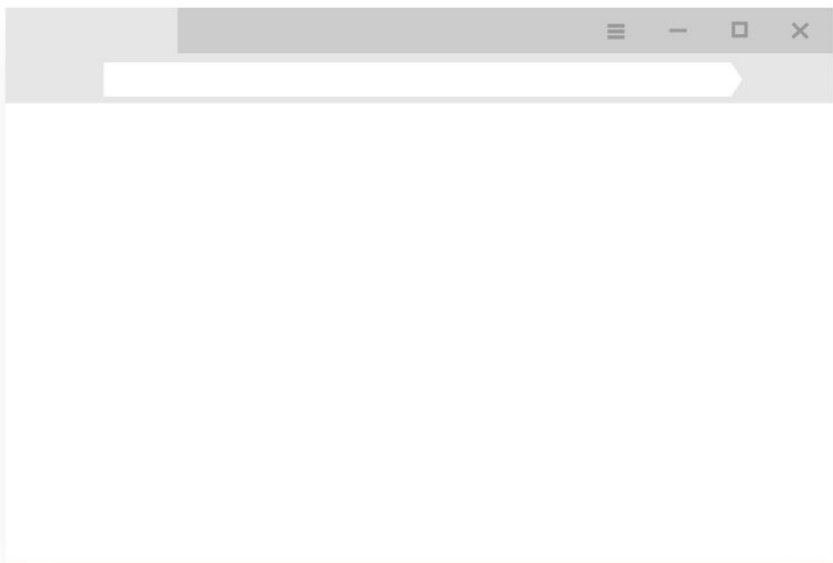
Исследование выявило уровни раздражения различных форматов интернет-рекламы на десктопе и мобильных устройствах и позволило составить рейтинги отношения к форматам. Эти рейтинги показывают какие рекламные форматы в наибольшей степени мотивирует пользователей применять блокирование рекламы и от использования каких форматов необходимо отказаться.

«Индустриальный комитет IAB Russia по улучшению рекламы» не рекомендует использовать шесть десктоп форматов и пять мобильных из числа исследованных, которые перечислены ниже.

Рекламные форматы не рекомендуемые для
использования на десктопе

Десктоп:

Полноэкранный prestitial-баннер с обратным отсчётом до кнопки закрытия (id9)



Статический рекламный блок на весь экран, появляется сразу после загрузки страницы.

Кнопка закрытия появляется после обратного отсчета.

Fullscreen prestitial with countdown.

Десктоп:

Попап с обратным отсчётом до кнопки закрытия (id10)

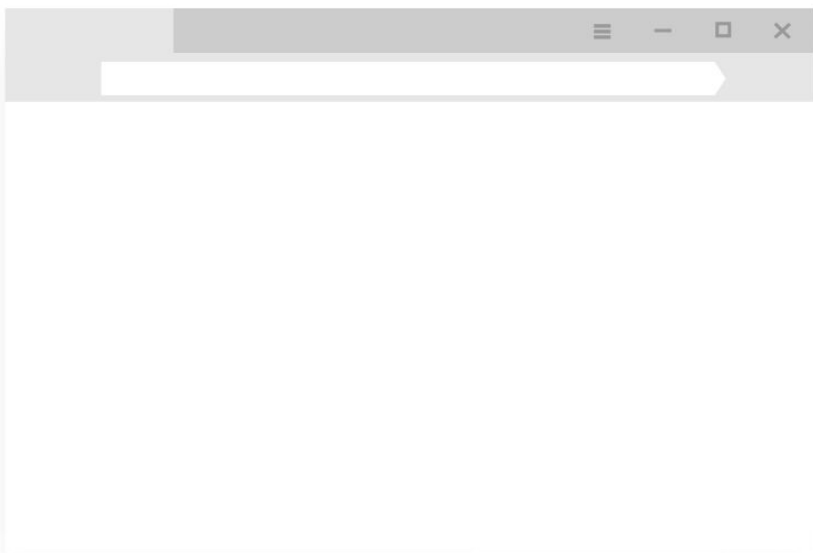


Попап по центру, кнопка для закрытия появляется после обратного отсчета, размер 600 × 450 точек, масштабирование до 50% от ширины экрана.

Popup with countdown.

Десктоп:

Outstream-видеореклама, автоматически запускающаяся со звуком (id21)

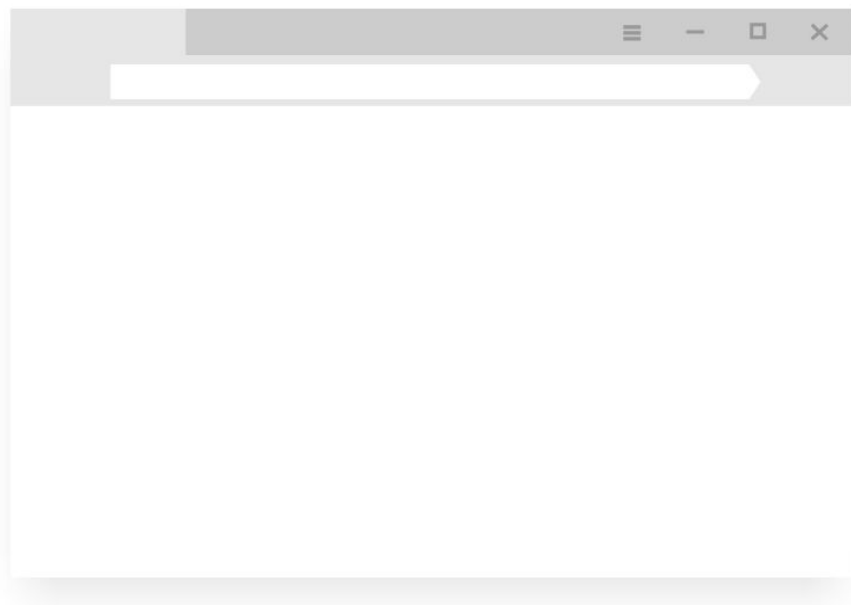


Отдельный рекламный блок с видеорекламой перед контентом, но после меню. Звук издается автоматически после загрузки рекламы, есть возможность убрать звук нажатием на значок на поле видеоролика.

Outstream video ad with auto-sound, muteable.

Десктоп:

Незакрываемый верхний липкий блок во всю ширину (id16)



Широкий липкий блок сверху, во всю ширину. Размер 100% по ширине, 200 точек по высоте.

Top-sticky ad 200px height, full width. Not closeable.

Десктоп: Закрываемый попап (id11)

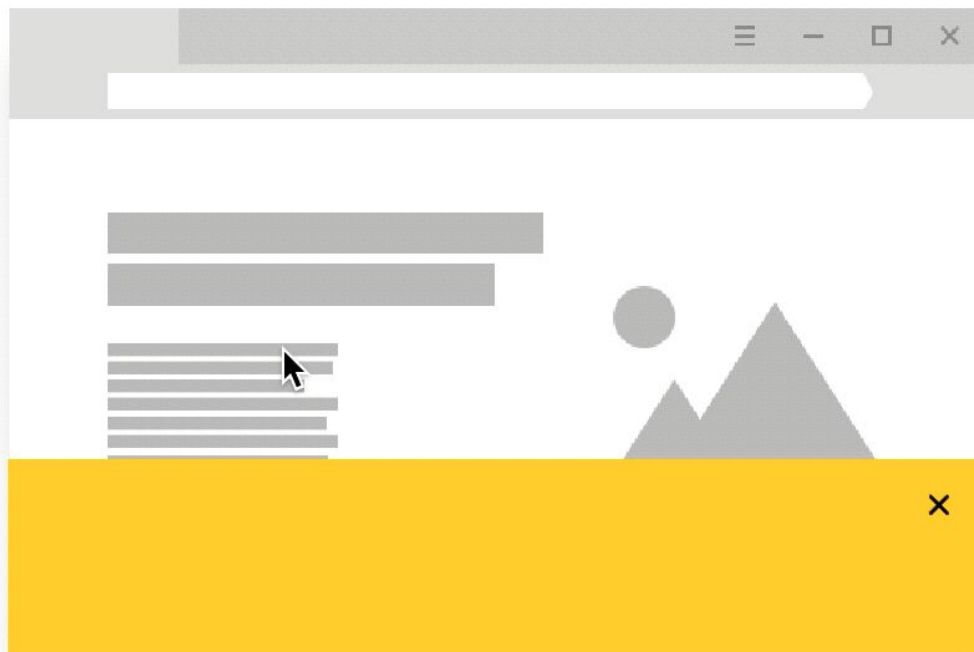


Попап по центру, кнопка для закрытия появляется сразу. Размер 600 × 450px. Масштабирование до 50% от ширины экрана.

Popup w/o countdown.

Десктоп:

Закрываемый нижний липкий блок во всю ширину (id14)



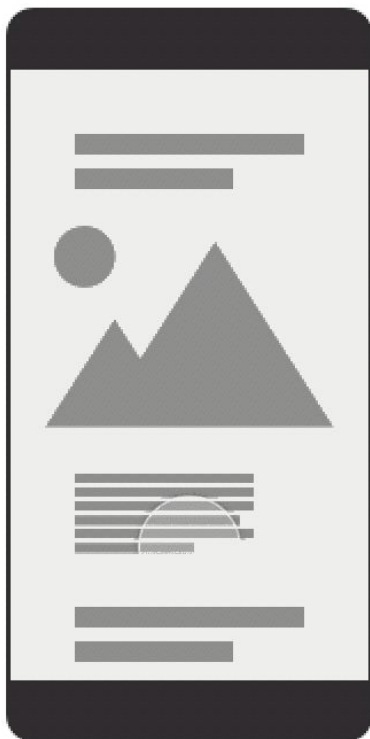
Большой липкий баннер внизу страницы, нет анимации, можно закрыть кнопкой. Размер 600 × 250 точек, перетяжка на всю ширину.

Bottom sticky ad 250px, full width.

Рекламные форматы не рекомендуемые для
использования на мобильных устройствах

Мобайл:

Полноэкранный postitial-баннер с обратным отсчётом до кнопки закрытия (id17)

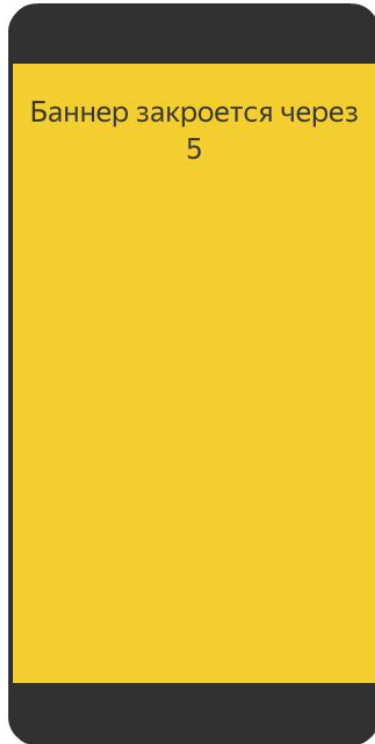


После 10 секунд пребывания на сайте появляется полноэкранная реклама. Без анимации. В рекламном поле идет обратный отсчет, после чего появляется кнопка для закрытия.

Postitial Ad with Countdown.

Мобайл:

Полноэкранный prestitial –баннер с обратным отсчётом до кнопки закрытия (id12)

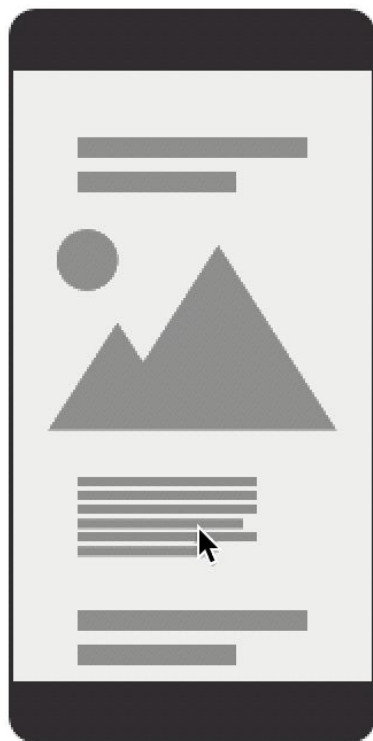


Полноэкранный баннер без анимации, возникает сразу после загрузки страницы, после анимированного обратного отсчета появляется кнопка закрытия.

Fullscreen prestitial, with countdown before close button.

Мобайл:

Outstream – видеореклама внутри контента, автоматически запускающаяся со звуком (id19)



Блок внутри статьи с видеорекламой. Звук включается автоматически, есть возможность убрать звук по нажатию на значок в поле видеоролика.

Autoplaying video ad inside content with sound, mutable.

Мобайл:

Закрываемый полноэкранный postitial-баннер (id18)



После 10 секунд пребывания на сайте появляется полноэкранный реклама. Без анимации. Справа сверху сразу появляется кнопка для закрытия рекламы.

Postitial Ads w/o Countdown

Мобайл:

Полноэкранный prestitial-баннер с обратным отсчётом до закрытия (id11)



Полноэкранный баннер без анимации, возникает сразу после загрузки страницы, после анимированного обратного отсчета баннер исчезает сам.

Fullscreen prestitial, auto close countdown

Дополнения

1. Публикуя настоящие Рекомендации в Версии 1, IAB Russia формулирует список форматов, не рекомендуемых для использования, и ожидает поддержки Рекомендаций со стороны всех игроков, размещающих рекламу в интернете на своих площадках.
2. IAB Russia планирует добавлять сайты, которые поддерживают Рекомендации в Версии 1 в список, называемый «Безопасной Гаванью» и в дальнейшем без ограничений предоставлять информацию о списке доменов сайтов в «Безопасной Гавани» всем заинтересованным лицам.
3. Для включения в «Безопасную Гавань» уполномоченный представитель любой площадки, размещающей рекламу в интернете, должен направить официальное уведомление в IAB Russia о поддержке Рекомендаций в Версии 1 с перечнем сайтов и указанием контактных данных, одним из способов, указанных на сайте IAB Russia. Это означает, что реклама на площадке соответствует "Российским рекомендациям качественной рекламы. Версия 1". После получения такого уведомления заявленные сайты добавляются в «Безопасную гавань».

Дополнения

4. IAB Russia будет рекомендовать всем организациям, способным фильтровать рекламные форматы, в том числе браузерам, программам блокирования, плагинам, провайдерам и другими сервисами, поддержать настоящие Рекомендации в Версии 1. При этом IAB Russia будет проводить работу со всеми игроками рынка, которые занимаются фильтрацией и блокировкой рекламы в России с целью их поддержки положений настоящих Рекомендаций в том числе механики «Безопасной гавани» для добропорядочных площадок.

5. IAB Russia обязуется принимать и валидировать сигналы о нарушении Рекомендаций в Версии 1 на сайтах, входящих в "Безопасную Гавань" в течение 3-х рабочих дней от уполномоченных организаций и лиц, осуществляющих мониторинг рекламы в интернете. Ассоциация IAB Russia заинтересована в получении сигналов от организаций и сервисов Яндекс, Google, Opera Software, Mail.Ru Group, Mozilla. Список дополнительных организаций, сервисов и лиц, осуществляющих мониторинг может быть согласован отдельно.

6. В случае обнаружении на площадке, которая была внесена в "Безопасную гавань" на основании официального уведомления о поддержке "Российских Рекомендаций Качественной Рекламы. Версия 1", не соответствующих требованиям документа рекламных форматов, IAB Russia будет направлять уполномоченному представителю сайта соответствующее уведомление и требовать привести используемые рекламные форматы в соответствие с настоящими Рекомендациями в разумное время, но не дольше 30 дней с момента уведомления.

Дополнения

7. Площадка обязана в течении месяца устранить несоответствие. В случае отсутствия реакции и продолжения использования сайтом не рекомендованных форматов более 30 дней с момента уведомления о нарушении IAB Russia будет исключать сайты-нарушители из «Безопасной Гавани».
8. Повторное нарушение сайтом, входящим в «Безопасную Гавань» Рекомендаций в Версии 1, в течении 30 дней с момента первого уведомления о нарушении Рекомендаций будет являться основанием для исключения сайта из “Безопасной Гавани”.
9. Возможность вернуться в “Безопасную Гавань” будет предоставляться не ранее, чем через шесть месяцев после исправления нарушений Рекомендаций в Версии 1, путем повторной подачи уведомления, одним из способов, указанных на сайте IAB Russia.
10. Комитет IAB Russia по улучшению рекламы в индивидуальном порядке в любое время может принять и рассмотреть заявления о целесообразности нахождения в "Безопасной Гавани" ранее исключенных и имеющих особые факторы и причины сайтов, использующих не рекомендованные рекламные форматы. Рассмотрения и голосования будут проводиться ежемесячно.

Дополнения

11. В случае несоответствия принятому IAB Russia документу "Российские Рекомендации Качественной Рекламы. Версия 1", площадка может быть добавлена в «Безопасную Гавань» исходя из целей принятия документа. В этом случае, площадка информирует IAB Russia об особых причинах, по которым она должна быть добавлена в "Безопасную гавань", путем направления в IAB Russia официального письма. Решение о добавлении площадки принимается индустриальным комитетом по улучшению рекламы IAB Russia в результате голосования. При принятии решения, комитет принимает во внимание следующие факторы: лояльность аудитории к площадке, отсутствие влияния на распространение блокировщиков рекламы, уникальность предоставляемой аудитории услуги/контента, другие(особые факторы) на которые обращает площадка.

12. Порядок голосований по вопросам добавления/исключения

- Голосование по вопросам добавления/исключения площадок в "Безопасную гавань" происходит раз в месяц.
- Для голосования, всем членам комитета отправляется по email список площадок на добавление/исключение из безопасной гавани с указанием особых факторов, которые указали площадки. Прием голосов осуществляется не более чем в течении 3-х рабочих дней. Обработка голосов происходит не более чем в течении 5-ти рабочих дней.
- Участник голосования может поддержать/не поддержать список, либо поддержать/не поддержать список частично, указав исключения.
- Решение принимается большинством голосов

Дополнения

13. На усмотрение председателя индустриального комитета по улучшению рекламы IAB Russia, на голосование может выноситься вопрос об исключении из "Безопасной гавани" площадок, добавленных в результате голосования, исходя из особых факторов.

Индустриальный комитет IAB Russia по улучшению рекламы

Контакты:

Руководитель комитета: Борис Омельницкий
+79161159349
bao@iabrus.ru

Координатор IAB Russia: Татьяна Шаталова
+79251046546
tas@iabrus.ru

[OBJ]

Офис IAB Russia: ул. Полковая дом 3 строение 3 этаж 4

Информация о комитете:

<https://iabrus.ru/committees/workgroup/16/0>

