

Правила показа

Данный документ является действующим, если расположен по адресу https://yandex.ru/legal/direct_display_rules/.

Дата размещения: 25 сентября 2018 г.

Дата вступления в силу: 25 сентября 2018 г.

Обязательным условием оказания Яндексом Услуг Яндекс.Директ является принятие и соблюдение Рекламодателем требований и положений, изложенных в настоящем документе «Правила показа» (далее – «Правила показа», «Правила»).

1. Определения

В целях настоящего документа нижеприведенные термины, определение которых не приведено в Оферте, используются в следующем значении:

Кликабельность (CTR — Click-Through Rate) — соотношение количества Кликов к количеству Показов Рекламного объявления.

Цена за Клик — списываемая с Рекламодателя сумма за один Клик.

Ставка — максимальный размер Цены за Клик, установленный самостоятельно Рекламодателем, либо автоматически в порядке, предусмотренном Правилами, для Группы объявлений.

Премиум — рекламный блок с высокой Кликабельностью, расположенный над результатами поиска (под поисковой строкой или под тематическими врезками сервисов Яндекса («колдунчик»: <https://yandex.ru/support/search/search-wizards/wizards.html>)).

Группа объявлений — совокупность объединенных Рекламодателем объявлений, для которых Рекламодателем выбран единый список ключевых слов/фраз и единые настройки показа (в т.ч. Ставка, геотаргетинг и др.). Количество объявлений в группе: от 1 до 50. Для показа на Рекламных местах, указанных в разделе 2 Правил, отбирается только одно объявление из Группы объявлений по правилам, установленным в клиентском веб-интерфейсе. Предусмотренные настоящими Правилами условия применяются в равной степени как к Группе объявлений, так и отдельным объявлениям в составе Группы объявлений. Для целей раздела 3 Правил под «объявлением» понимается объявление в составе Группы объявлений, отобранное согласно правилу, указанному в п. 3.16 Правил.

Мобильное объявление — Рекламное объявление, помеченное Рекламодателем при создании как «Мобильное объявление» для применения условий показа, указанных в п. 3.16.1 настоящих Правил. Изменить тип Рекламного объявления после создания невозможно.

Смарт-баннер (Баннер) — Рекламное объявление, которое состоит из постоянной части (шаблон, включающий предоставленную Рекламодателем информацию до начала размещения Баннера), а также изменяемой части (информация о Товарных предложениях сайта Рекламодателя, которая предоставляется Рекламодателем (в виде Фида) для добавления к постоянной части Баннера при показе такого Баннера), либо только из изменяемой части.

Графическое объявление – Рекламное объявление, за исключением Смарт-баннера, Мобильного объявления и Динамического текстового объявления (предусмотренного п. 3.15.4. Правил), с выбранным Рекламодателем при создании типом «Графическое». Изменить тип, а также формат такого Рекламного объявления после создания невозможно.

Видеообъявление – Рекламное объявление с выбранным Рекламодателем при создании типом «Видео». Изменить тип, а также формат такого Рекламного объявления после создания невозможно.

Фид – файл, содержащий информацию о Товарных предложениях Рекламодателя, составляющих изменяемую часть Баннера.

Товарное предложение – предложение товара/услуги, информация о которых опубликована на соответствующих страницах сайта Рекламодателя, указанных в фиде.

Баннер на поиске – Рекламное объявление, за исключением Графического объявления, Смарт-баннера, Мобильного объявления и Динамического текстового объявления (предусмотренного п. 3.15.4. Правил), с выбранным Рекламодателем при создании типом «Баннер на поиске». Изменить тип, а также формат такого Рекламного объявления после создания невозможно. Рекламное объявление указанного формата не размещается на Рекламных местах, расположенных на адаптированных для мобильных устройств сервисах Яндекса.

В Правилах могут быть использованы термины, не определенные в разделе 1 Правил. В этом случае толкование такого термина производится в соответствии с текстом Оферты. В случае отсутствия однозначного толкования термина в тексте Правил и Оферты следует руководствоваться толкованием термина, определенным: в первую очередь – законодательством РФ, во вторую очередь - на Сайте Яндекс.Директ, затем - сложившимся (общеупотребимым) в сети Интернет.

2. Рекламные места

Показ Рекламных объявлений (далее по тексту также – «объявления») на Рекламных местах может сопровождаться пометкой: "Яндекс.Директ", или "Директ", или "Реклама".

Объявления могут быть показаны на следующих Рекламных местах:

- 2.1. на страницах результатов поиска сервиса Яндекс.Поиск (<http://www.yandex.xx/>);
- 2.2. . на площадках (на страницах сайтов и в приложениях) участников Сети (Сетей) (для целей настоящих Правил под Сетями понимаются площадки Рекламной Сети Яндекса (<https://yandex.ru/support/direct/general/yan.xml>), а также внешних сетей) — количество объявлений зависит от настроек сайта или приложения;
- 2.3. на страницах результатов поиска сайтов-участников Рекламной сети Яндекса;
- 2.4. на страницах результатов поиска на сервисе Яндекс.Карты (<http://maps.yandex.xx/>) и в мобильном приложении Яндекс.Карты;
- 2.5. на страницах результатов поиска по объявлениям (<https://yandex.xx/search/ads>) Яндекс.Директа — все объявления, для которых установлено рекламоделателями в качестве критерия показа соответствующее ключевое слово/фраза.
- 2.6. на страницах результатов поиска на ресурсах партнеров Яндекса*.

Смарт-баннер, Графическое объявление и Видеообъявление могут быть показаны только на местах, указанных в п. 2.2 Правил. Баннер на поиске может быть показан только на Рекламных местах, указанных в п. 2.1. и 2.6. Правил.

При этом Объявления могут не показываться на местах, указанных в настоящем разделе 2 Правил, в случаях, когда в отношении Группы объявлений в клиентском веб-интерфейсе присвоен автоматический статус «Мало показов».

3. Условия показа объявлений

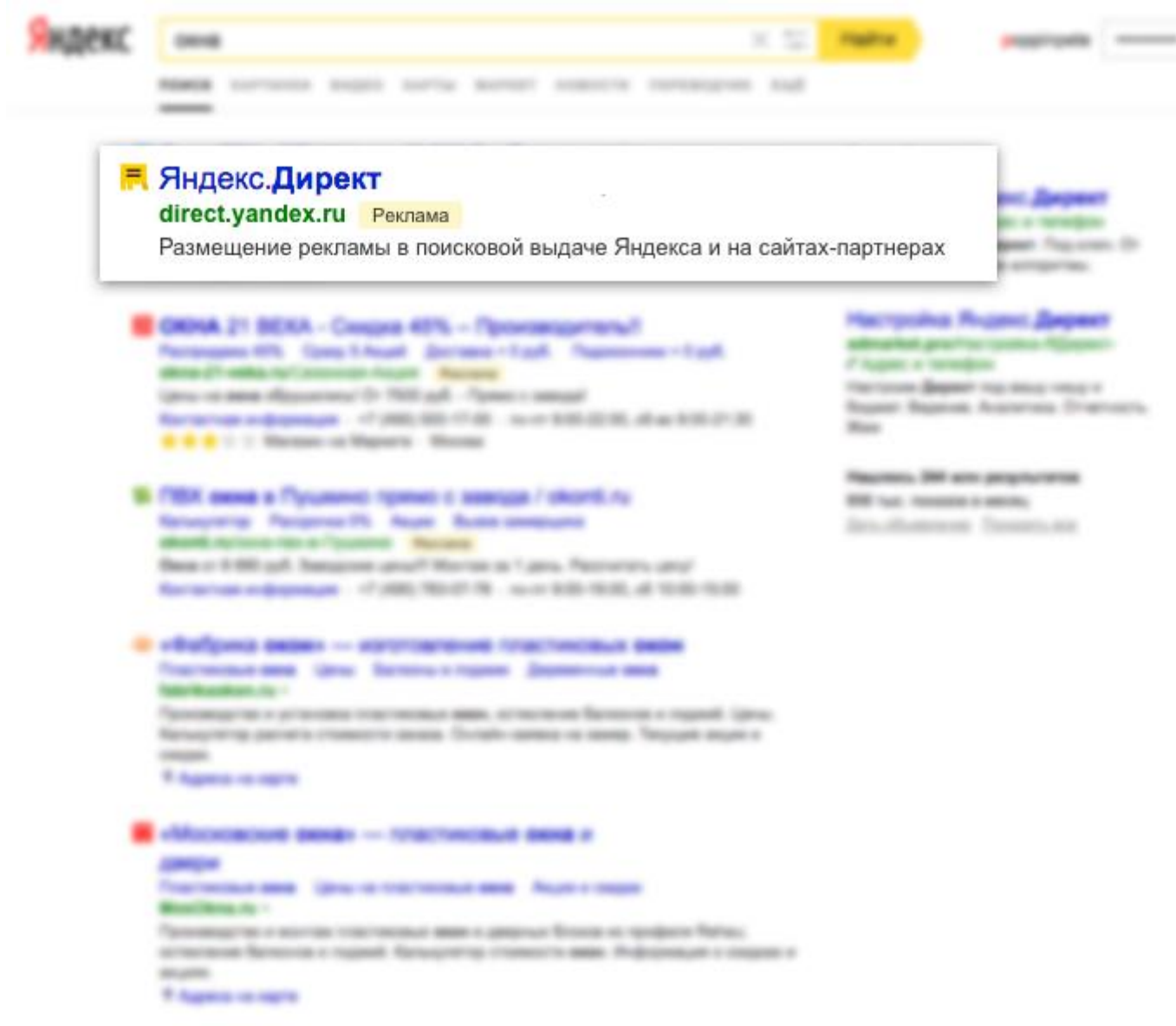
3.1. На страницах сервисов Яндекса, оптимизированных для мобильных устройств, рекламные объявления могут не показываться. Место показа объявлений на страницах сервисов Яндекса, оптимизированных для мобильных устройств, может отличаться от мест показа объявлений, предусмотренных в настоящих Правилах.

3.2. При отборе объявлений для показа на Рекламных местах, указанных в п. 2.1, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6 Правил, учитывается ключевая фраза/слово/поисковый запрос (в случае применения Рекламодателем дополнительной функциональности «Автотаргетинг») (без стоп-слов <https://yandex.ru/support/direct/#glossary>), Коэффициент качества (как этот термин определен в п.3.10), прогноз Кликабельности и Ставка.

При этом при отборе объявлений для показа при расчете прогноза показателя CTR учитываются только Показы и Клики на Рекламных местах, указанных в п. 2.1 Правил. Показы и Клики на других Рекламных местах никак на расчет прогноза показателя CTR не влияют.

Для целей расчета прогноза показателя CTR показы и клики определяются и учитываются отдельно для: а) персональных компьютеров и планшетов, б) мобильных устройств. Для целей настоящих Правил под мобильными устройствами понимаются устройства, отнесенные к таковым автоматически системой Яндекс.Директ.

3.3. На Рекламных местах, указанных в п. 2.1 Правил, показывается до четырех объявлений в блоке Премиум.



3.3.1. Объявления, не отобранные для показа в блоке Премиум на страницах результатов поиска на сервисе Яндекс.Поиск (Рекламные места, указанные в п. 2.1. Правил), показываются по усмотрению Яндекса на иных местах на страницах результатов поиска.

3.3.2. На Рекламных местах, указанных в п. 2.1. Правил, объявления показываются при поисковом запросе, точно совпадающем с указанной Рекламодателем ключевой фразой (<https://yandex.ru/support/direct/#glossary>).

3.3.3. Объявления могут не показываться на Рекламных местах, указанных в п. 2.1 Правил, поскольку по некоторым запросам они могут вытесняться блоком с информацией о сервисах и продуктах Яндекса.

3.3.4. Объявления с более высокими показателями, указанными в п. 3.2 настоящих Правил, попадают в блок Премиум и/или показываются с расширенным дизайном (т.е. с предоставленной Рекламодателем дополнительной информацией, изображениями, иными элементами в составе объявлений).

3.3.5. На Рекламном месте, указанном в п. 2.1. Правил, в большинстве случаев показывается Баннер на поиске, у которого произведение Кликабельности и Цены на

Клик является наивысшим. При этом, на указанном Рекламном месте возможна автоматическая ротация Баннеров на поиске без учета произведения Кликабельности на Цену на клик.

3.4. Для Показа объявлений может быть установлен порог входа, не зависящий от наличия конкурирующих между собой объявлений. Поэтому возможна ситуация, когда объявление не показывается даже при отсутствии конкурирующих объявлений

Объявления с более высокими показателями (прогноз Кликабельности, Цена за Клик и Коэффициент качества) располагаются на более высоких позициях и/или показываются с расширенным дизайном (т.е. с предоставленной Рекламодателем дополнительной информацией, изображениями, иными элементами в составе объявлений). Условия настоящего пункта не распространяются на Баннер на поиске.

3.5. Отбор объявлений для показа и их показ на Рекламных местах, указанных в п. 2.2 Правил, осуществляется Яндексом автоматически на основании соответствия тематики объявлений интересам Пользователя, в том числе на основании данных, предоставленных Рекламодателем с использованием Сервиса «Аудитории» (<https://audience.yandex.ru>). Используя Сервис «Аудитории» Рекламодаделец в обязательном порядке соглашается с документом «Правила предоставления сервиса «Аудитории», опубликованным в сети Интернет по адресу: https://yandex.ru/legal/audience_tos/.

При выборе в параметрах Рекламной кампании критерия показа Рекламных объявлений «Независимое управление для разных типов площадок» Рекламодаделец может установить Ставку для показа на тематических страницах сайтов партнеров РСЯ с учетом применённого Рекламодателем коэффициента согласно п. 3.17. Правил. Значение «Охват аудитории», отображаемое в Клиентском веб-интерфейсе при установке Рекламодателем Ставки для показа объявления на тематических страницах сайтов партнеров РСЯ, носит информативный характер и означает ориентировочное количество Показов объявления в процентном отношении от количества Показов рекламных материалов по данному ключевому слову на тематических страницах сайтов партнеров РСЯ.

В случае, если Рекламодателем в параметрах Рекламной кампании установлен критерий показа Рекламных объявлений «Ручное управление ставками»/«Ручное управление ставками с оптимизацией в сетях» (при наличии возможности установки такого критерия), Цена за Клик рассчитывается в автоматическом режиме с применением функционала «Удерживать среднюю ставку ниже средней ставки на поиске», описанного в п.3.15.3 и п.4.4.1 Правил. Указанное правило не применяется к Графическим объявлениям и Видеообъявлениям. При этом Ставка при каждом показе на Рекламных местах, указанных в п. 2.2 Правил, рассчитывается индивидуально с учетом автоматической оценки вероятности конверсии (совершения Пользователем, перешедшим по Ссылке из объявления, целевого действия на сайте Рекламодателя). Ставка может автоматически увеличиваться (по сравнению с размером, установленным Рекламодателем) при высокой вероятности конверсии и, наоборот, понижаться, если такая вероятность ниже средней.

На Рекламных местах, указанных в п. 2.2 Правил, могут быть показаны объявления с включенными в них Рекламодателем изображениями, соответствующими предъявляемым к ним требованиям, опубликованным на странице https://yandex.ru/legal/direct_adv_rules/ (далее – изображение), за исключением Графических объявлений и Видеообъявлений, на которые не распространяется указанная функциональность. В зависимости от настроек, выбранных участником Сети, показ объявлений может осуществляться с отображением включенных в них изображений, либо без отображения изображений. Яндекс не гарантирует, что показ объявления будет осуществлен с отображением

включенного в него изображения. Показ объявления на Рекламном месте, указанном в п. 2.2 Правил, считается осуществленным надлежащим образом (в соответствии с предоставленными Рекламодателем рекламными материалами и определенными им условиями размещения) вне зависимости от отображения при показе объявления включенного в него изображения.

В отношении объявлений без включенных Рекламодателем изображений могут автоматически генерироваться абстрактные фоновые изображения, включающие в себя, в частности, цвета, используемые в настройках площадок участников Сети (Сетей), на которых размещаются объявления, либо фрактальные фоны, сгенерированные в оттенках указанных цветов, либо домены, указанные в объявлениях, либо заголовки объявлений, оформленные в графическом виде.

Показ изображения может по техническим причинам осуществляться в обрезанном виде (не применяется для Графических объявлений). В отношении объявлений с такими изображениями Рекламодаделец принимает на себя все гарантии и обязательства, предусмотренные Офертой.

Цена за Клик по Ссылке, содержащейся в изображении, включенном в объявление, определяется в соответствии с условиями, предусмотренными п. 4 настоящих Правил. Настоящие условия не распространяются на Смарт-баннеры.

3.5.1. На Рекламных местах, указанных в п.2.2 Правил, показ объявлений может осуществляться с учетом особенностей, предусмотренных п. 3.5.1.1 – 3.5.1.2, 3.17. настоящих Правил. Указанное правило не применяется к Графическим объявлениям и Видеообъявлениям.

3.5.1.1. Пользователю показывается заголовок объявления, Ссылка и изображение (с учетом ограничений, установленных настоящими Правилами), при этом показ полного текста объявления осуществляется при первом Клике по показанному таким образом объявлению (на мобильных устройствах и планшетах) либо при наведении курсора на показанное таким образом объявление (на мониторе персонального компьютера). Условия настоящего пункта не распространяются на Смарт-баннеры, состоящие из постоянной и изменяемой частей.

3.5.1.2. В случае, если для просмотра полного текста объявления, согласно п. 3.5.1.1 Правил, необходимо предварительно осуществить Клик, то такой первый Клик, осуществляемый для целей просмотра полного текста объявления, не учитывается для целей расчета стоимости оказанных Услуг и не отражается в данных статистики. Условия настоящего пункта не распространяются на Смарт-баннеры, состоящие из постоянной и изменяемой частей.

3.6. Отбор объявлений для показа на Рекламных местах, указанных в п. 2.5 Правил, их распределение по страницам и определение порядкового места Рекламного объявления на странице осуществляется в порядке убывания значения, рассчитанного с учетом показателей: прогноз Кликабельности, Цена за Клик и Коэффициент качества. При этом порядковое место объявления на странице определяется в соответствии со установленной Ценой за Клик с учетом установленного Рекламодателем коэффициента согласно п. 3.17. Правил, т.е. отобранные объявления размещаются на каждой странице в порядке убывания значения, рассчитанного с учетом показателей: прогноз Кликабельности, Цена за Клик и Коэффициент качества.

3.7. Показ объявлений на Рекламных местах, указанных в п. 2.4 Правил, может сопровождаться отображением на карте специальной метки, с привязкой к точке местности, соответствующей адресу, указанному Рекламодателем на контактной странице (виртуальной визитке) для данного объявления. При обращении

Пользователям к метке показывается блок «Развернутая метка»**, внутри которого содержится Рекламное объявление и/или предоставленная Рекламодателем контактная информация.

3.7.1. В Клиентском веб-интерфейсе Рекламодаделец может включить/отключить опцию показа рейтинга магазина на сервисе Яндекс.Маркет. При включенной опции показа рейтинга показ объявлений в блоке Премиум и под результатами поиска на Рекламных местах, указанных в п. 2.1, может осуществляться с отображением рейтинга магазина на сервисе Яндекс.Маркет при условии, что:

- сайт, на который ведет Ссылка из Рекламного объявления, указан в качестве ссылки в рекламно-информационных материалах соответствующего магазина на сервисе Яндекс.Маркет;
- для данного магазина доступна публикация рейтинга на сервисе Яндекс.Маркет.

Условия настоящего пункта не распространяются на Баннер на поиске.

3.7.2. В дополнение к правилам, приведенным в п.3.2 настоящих Правил, отбор объявлений для показа на Местах, указанных в п.2.4 настоящих Правил (за исключением мобильной версии сервиса «Яндекс.Карты», а также приложения для мобильных устройств), осуществляется с применением следующего функционала: помимо ключевых слов/фраз (без стоп-слов (<https://yandex.ru/support/direct/#glossary>), выбранных Рекламодателем посредством Клиентского веб-интерфейса, при отборе объявлений учитываются также слова и фразы, соответствующие рубрике(ам) первого результата органической (поисковой) выдачи сервиса «Яндекс.Справочник» (<https://yandex.ru/sprav/>) (далее – «Фразы-рубрики»). Например, помимо выбранной Рекламодателем ключевой фразы «купить диван» при отборе могут учитываться фразы «бескаркасная мебель», «мягкая мебель» и т.п. Полный список рубрик сервиса «Яндекс.Справочник» доступен по адресу <https://yandex.ru/sprav/companies>. При показе объявлений с применением описанного в настоящем пункте функционала Рекламодаделец обязуется обеспечить контроль за соответствием Фраз-рубрик, требованиям законодательства, в том числе требованиям Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ "О рекламе", Федерального закона от 26.07.2006 года №135-ФЗ "О защите конкуренции". При этом применение указанного в настоящем пункте функционала включено для всех Рекламодателей по умолчанию. Рекламодаделец может добавить указанные в настоящем пункте Фразы-рубрики в список минус-слов на странице соответствующей Рекламной кампании.

3.8. При пересечении ключевых фраз в различных объявлениях, находящихся в одной Рекламной кампании, ставки по этим ключевым словам не будут поднимать друг другу Цену за Клик. Для Показа из них будет выбрано только одно объявление, у которого значение, рассчитанное с учетом показателей: прогноз Кликабельности, Цена за Клик и Коэффициент качества, является наилучшим.

В случае применения Рекламодателем дополнительной функциональности «Автотаргетинг» Рекламные объявления, находящиеся в одной Рекламной кампании, ставки по «Автотаргетингу» не будут поднимать друг другу Цену за Клик. Для Показа из них будет выбрано только одно объявление, у которого значение, рассчитанное с учетом показателей: прогноз Кликабельности, Цена за Клик и Коэффициент качества, является наилучшим.

3.9. При пересечении ключевых фраз в объявлениях, ведущих на страницы одного и того же сайта, при показе будет выбрано только одно объявление, у которого значение, рассчитанное с учетом показателей: прогноз Кликабельности, Цена за Клик / СРМ и Коэффициент качества, является наилучшим.

В случае применения Рекламодателем дополнительной функциональности «Автотаргетинг», в объявлениях, ведущих на страницы одного и того же сайта, при показе будет выбрано только одно объявление, у которого значение, рассчитанное с учетом показателей: прогноз Кликабельности, Цена за Клик и Коэффициент качества, является наилучшим.

3.10. В процессе работы Рекламных кампаний отслеживаются следующие показатели, влияющие на минимальную Цену за Клик для показа на Рекламных местах, указанных в пунктах 2.1, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6 Правил (далее по тексту - Цена за Клик, действующая на поиске) или СРМ:

А) Коэффициент качества.

Коэффициент качества зависит от большого количества показателей и рассчитывается в режиме реального времени. В число основных показателей входят: общая релевантность объявления запросу, статистические данные по объявлению, релевантность объявления странице сайта, на которую ведет Ссылка из объявления, и иные параметры.

Б) Параметр эффективности.

Значение этого параметра зависит от большого количества показателей, которые рассчитываются в режиме реального времени. В число основных показателей входят статистические данные (Показы, СТР, количество дней активности Рекламных кампаний) агрегированные по рекламируемому домену или номеру телефона (если он указан в "виртуальной визитке").

3.10.1. В случаях, когда Ставка установлена Рекламодателем ниже минимальной Цены за Клик, действующей на поиске, показ Объявления будет идти только на рекламных местах, указанных в п. 2.2 Правил, и на Рекламных местах, указанных в п. 2.5 Правил. Условия настоящего пункта не распространяются на Смарт-баннеры.

3.10.2. При определении минимальной Цены за Клик, действующей на поиске, для Группы объявлений, коэффициент качества и параметр эффективности учитываются одновременно. При этом минимальная Цена за Клик рассчитывается таким образом, чтобы обеспечить (но не гарантировать) показ большинства объявлений из Группы объявлений на выбранном Рекламодателем Рекламном месте в порядке, определенном п. 3.17 Правил. Условия настоящего пункта не распространяются на Смарт-баннеры.

3.11. При размещении объявлений Яндекс вправе по своему усмотрению признавать объявления сходными. Сходными признаются объявления (одного и того же или разных рекламодателей), которые одновременно:

- имеют идентичный или аналогичный объект рекламирования: одни и те же или сходные в значительной степени товары (работы, услуги), предлагаемые к продаже в одном регионе;
- размещаются по одинаковым или пересекающимся ключевым словам (словосочетаниям);
- содержат ссылки на один и тот же или сходные сайты и/или совпадение указанных и/или фактических контактных реквизитов рекламодателей (поставщиков товаров).

При этом сайты признаются сходными при совпадении значительной части ассортимента предлагаемых на сайтах товаров (работ, услуг), реализуемых в одном регионе, и/или наличии других признаков, позволяющих предположить, что предлагаются одни и те же товары одним и тем же (аффилированными, имеющими тесную взаимосвязь) поставщиком, вне зависимости от незначительного различия

ассортимента, разного дизайна, структурной организации сайтов, отличия цен, а также от принадлежности (администрирования) сайтов разным(-и) лицам(-и).

При размещении Рекламных объявлений по соответствующему ключевому слову (словосочетанию) из Группы объявлений, признанных сходными, Пользователю показывается только одно объявление, у которого значение, рассчитанное с учетом показателей: прогноз Кликабельности, Цена за Клик / CPM и Коэффициент качества, является наилучшим. Все остальные Рекламные объявления такой группы признаются дублирующими и не показываются (не размещаются). Назначенная рекламодателями для дублирующих объявлений Цена за Клик не учитывается (в том числе при определении места показа иных объявлений) в течение всего времени приостановки показа таких объявлений.

В указанных случаях Яндекс принимает решение о признании объявлений сходными с учетом оценки имеющейся в его распоряжении информации по собственному усмотрению.

3.12. Особенности работы Рекламной кампании при изменении ее состояния:

3.12.1. Обработка действий, совершенных Рекламодателем через Клиентский веб-интерфейс (или через API), в отношении управления Рекламной кампанией, осуществляется в течение следующего срока:

- изменение Цены за Клик в активной Рекламной кампании от 5 до 30 минут (средний срок обработки данного действия составляет 10 минут). Для целей настоящего подпункта под активной Рекламной кампанией понимается Рекламная кампания, показ которой осуществляется на Рекламных местах;
- остановка Рекламной кампании от 10 до 60 минут (средний срок обработки данного действия составляет 30 минут);
- иные действия от 5 до 180 минут (средний срок обработки данных действий составляет 40 минут).

3.12.2. При изменении Рекламодателем Цены за Клик / CPM, Клики / показы оплачиваются по старой цене до момента обработки данного действия Яндексом;

3.12.3. При остановке показа Рекламной кампании, услуги перестанут оказываться с момента обработки данного действия Яндексом. При этом в данный период Клики / показы оплачиваются в соответствии с установленной Рекламодателем Ценой за Клик / CPM;

3.12.4. Информация об обработке действий, связанных с изменением статуса Рекламной кампании, указывается в Клиентском веб-интерфейсе.

3.13. При отображении объявлений на Рекламных местах на мобильных устройствах в Рекламном объявлении могут присутствовать Ссылка на сайт и/или Ссылка на контактную страницу, по Клику на которую происходит переход в режим диалога, позволяющего Пользователю на свое усмотрение совершить звонок по контактному номеру телефона, указанному Рекламодателем для данного объявления в виртуальной визитке. Условия настоящего пункта не распространяются на Смарт-баннеры, Графические объявления, Видеообъявления и Баннеры на поиске.

3.14. Условия показа объявлений, а также иные условия, предусмотренные разделами 3, 4 и 5 настоящих Правил, и применимые к показу объявлений на Рекламных местах, указанных в п. 2.1 Правил, применяются также к показу объявлений на Рекламных местах, указанных в п. 2.6 Правил.

3.15. В Клиентском веб-интерфейсе Рекламодателю может быть предоставлена возможность выполнения дополнительных настроек/стратегий показа объявлений, а

также дополнительные функциональности по управлению Рекламными кампаниями. Применяя соответствующие настройки/стратегии или начиная использовать соответствующую функциональность, Рекламодатель соглашается с условиями их применения/использования, указанными в Клиентском веб-интерфейсе.

3.15.1. Применяя дополнительную настройку «Настройка цен на мобильных устройствах» в разделе «Корректировки ставок» Рекламодатель понимает и соглашается, что увеличенная или уменьшенная на установленный им процент Цена за Клик применяется в отношении всех показов на мобильных устройствах независимо от того, было ли показано Мобильное объявление или объявление, не являющееся Мобильным объявлением.

3.15.2. При создании Рекламного объявления Рекламодателю предоставляется возможность использования дополнительной функциональности «Реклама мобильных приложений», которая используется им для создания Рекламных объявлений для показа на мобильных устройствах на Рекламных местах, указанных в п. 2.1 – 2.3, 2.6. Правил. Объявления, созданные Рекламодателем с использованием функциональности «Реклама мобильных приложений», при показе на указанных Рекламных местах могут включать пиктограмму мобильного приложения, информацию о мобильном приложении, изображение и/или видео и кнопку, которая представляет собой включенную в Рекламное объявление ссылку, переадресующую обратившихся к ней посредством Клика пользователей к информационному ресурсу (сайту/мобильному приложению) в сети Интернет, адрес (URL) которого указан Рекламодателем для данного Рекламного объявления. Обновление содержания объявлений, созданных Рекламодателем с использованием функциональности «Реклама мобильных приложений», производится раз в сутки. Рекламодатель обязан отслеживать актуальность содержания такого объявления и прекращать его показ в случае, если информация о мобильном приложении становится неактуальной.

3.15.3. Выбирая функционал «Удерживать среднюю ставку ниже средней ставки на поиске», Рекламодатель понимает и соглашается, что автоматически рассчитанная Цена за Клик будет применяться в отношении всех показов Рекламных объявлений в тех Рекламных кампаниях, для которых Рекламодателем выбран указанный функционал, на Рекламных местах, указанных в п.2.2 Правил. Рекламодатель вправе отключить данный функционал через Клиентский веб-интерфейс или с использованием API.

3.15.4. При создании Рекламной кампании Рекламодателю может предоставляться возможность использования дополнительной функциональности «Динамические текстовые объявления», которая используется им для создания Рекламных объявлений для показа на Рекламных местах, указанных в п. 2.1 – 2.6 Правил (при наличии технической возможности). Дополнительная функциональность «Динамические текстовые объявления» позволяет Заказчику автоматически формировать заголовки Рекламных объявлений, ссылки в них, определять ключевые слова для показа Рекламного объявления на основе автоматически осуществляемого анализа контента сайта, указанного Заказчиком для соответствующей Группы объявлений. Указанное правило не применяется к Графическим объявлениям и Видеообъявлениям.

3.15.5. При создании Рекламной кампании Рекламодателю может предоставляться возможность использования дополнительной функциональности «Смарт-баннер» для создания объявлений для показов на местах показа, указанных в п. 2.2. настоящих Правил.

Принцип размещения – динамическое размещение.

В изменяемой части баннера могут показываться не более тридцати Товарных предложений из любых категорий, выбранных Рекламодателем в Клиентском веб-интерфейсе. При этом показ таких Товарных предложений автоматически ротируется.

Для целей использования данной функциональности Рекламодаделец должен выполнить в Клиентском веб-интерфейсе следующие действия:

- Загрузить Фид или ссылку на Фид, а также логин и пароль для доступа к нему (при наличии). При этом Яндекс не несет ответственности за невозможность доступа к Фиду ввиду наличия пароля и логина, которые не были предоставлены;
- Предоставить Постоянную часть Баннера в готовой для распространения форме;
- Выбрать категории товаров, выступающих объектами рекламирования;
- Выбрать и настроить внешний вид шаблона (цвет текста и т.п.).

Показ цен в Товарных предложениях осуществляется без учета копеек.

Используя дополнительную функциональность «Смарт-баннер» Рекламодаделец соглашается, что несет ответственность за соответствие содержания Рекламных объявлений, созданных им с использованием указанной функциональности, требованиям законодательства, в том числе требованиям законодательства о рекламе. Яндекс не гарантирует отсутствие ошибок при работе указанной функциональности.

Показ «Смарт-баннера» осуществляется пользователям, ранее посетившим Яндекс.ру и/или площадки участников Сетей с учетом автоматически установленного Яндексом потенциального соответствия интересов пользователя, которому показывается Реклама, тематике такой Рекламы.

3.15.6. При создании Рекламной кампании Рекламодателю может предоставляться возможность автоматического исправления орфографических и пунктуационных ошибок, которая используется им для создания Рекламных объявлений для показа на Рекламных местах, указанных в настоящих Правилах. Указанный функционал включён по умолчанию.

Используя данную функциональность, Рекламодаделец соглашается, что несет ответственность за соответствие содержания Рекламных объявлений, созданных им с использованием указанной функциональности, требованиям законодательства, в том числе требованиям законодательства о рекламе. Яндекс не гарантирует отсутствие ошибок при работе указанной функциональности, а также ее соответствие целям и ожиданиям Рекламодателя.

Рекламодаделец вправе в любое время отменить такое исправление, если считает текст объявления исправленным ошибочно. В таком случае Рекламодаделец редактирует исправленные Рекламные объявления или обращается в службу поддержки через форму обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/start.html>.

3.15.7. При создании Рекламной кампании Рекламодателю может предоставляться возможность использования дополнительного типа Рекламных объявлений «Графическое» для создания объявлений для показов на местах показа, указанных в п. 2.2. настоящих Правил

Принцип размещения – статическое размещение.

Формат баннера: GIF, JPEG, PNG;

Размер баннера: 240x400, 728x90, 300x250, 300x600, 336x280, 300x500, 970x250, 640x100, 640x200, 640x960, 960x640;

Максимальный вес баннера: 120 Кб

Для целей оказания услуг по размещению Графических объявлений Рекламодатель обязан предоставить для размещения рекламные материалы, содержащие всю требуемую законодательством РФ информацию, включая информацию, предусмотренную пп. 5.1. и 5.2. Правил.

3.15.7.1. Для целей создания Рекламодателем дополнительного типа Рекламных объявлений «Графическое» (п.3.15.7 выше) Яндекс может предоставлять Рекламодателю возможность воспользоваться специальным интерфейсом для создания таких объявлений (веб-конструктор) (далее – Конструктор креативов). При этом при создании таких Рекламных объявлений с помощью Конструктора креативов принципы размещения, а также технические требования к Рекламным объявлениям (включая, но не ограничиваясь, формат, размер и максимальный вес баннера), согласуются между Яндексом и Рекламодателем посредством Клиентского веб-интерфейса.

Используя Конструктор креативов Рекламодатель соглашается, что несет ответственность за соответствие содержания Рекламных объявлений, созданных им с использованием Конструктора креативов, требованиям законодательства, в том числе требованиям законодательства о рекламе и об интеллектуальной собственности. Яндекс не гарантирует отсутствие ошибок при работе Конструктора креативов.

3.15.8. При создании Рекламной кампании Рекламодателю может предоставляться возможность воспользоваться специальным интерфейсом (конструктором) для создания контактных страниц в формате турбо (далее – Турбо-страницы), Ссылки на которые Рекламодатель может указывать при создании соответствующих Рекламных кампаний. Используя конструктор Турбо-страниц Рекламодатель соглашается, что несет ответственность за соответствие содержания Турбо-страниц, созданных им с использованием конструктора, требованиям законодательства, в том числе требованиям законодательства о рекламе и об интеллектуальной собственности, о защите персональных данных, не ограничиваясь указанным. При этом к Турбо-страницам применяются все правила и ограничения, предусмотренные Офертой и Правилами для сайта Рекламодателя. Яндекс не гарантирует отсутствие ошибок при работе конструктора Турбо-страниц. Яндекс также вправе заблокировать использование конкретной Турбо-страницы, либо всего функционала для Рекламодателя в случае нарушения Рекламодателем условий Оферты, Правил и/или любого обязательного документа.

3.15.9. При создании Рекламной кампании Рекламодателю может предоставляться возможность использования дополнительной функциональности «Автотаргетинг», которая используется им для создания Рекламных объявлений для показа на Рекламных местах, указанных в пп. 2.1, 2.3- 2.6 Правил. Дополнительная функциональность «Автотаргетинг» позволяет Заказчику автоматически настроить показ Рекламных объявлений по поисковым запросам на основе автоматически осуществляемого анализа Рекламных объявлений, к которым применена указанная функциональность, а также контента сайта, указанного Заказчиком для соответствующего Рекламного объявления. Указанное правило не применяется к Графическим объявлениям и Смарт-баннерам.

3.15.10. При создании Рекламной кампании Рекламодателю может предоставляться возможность использования дополнительной функциональности «Баннер на поиске» для создания объявлений для показов на Рекламных местах, указанных в п. 2.1. и 2.6. настоящих Правил.

Принцип размещения – статическое размещение.

Формат баннера: GIF, JPEG, PNG;

Размер баннера (пикселей): 240x400

Максимальный вес баннера: 120 Кб

Показ Баннера на поиске в браузере Internet Explorer версий 6 и 7 не осуществляется. Показ Баннера на поиске в других браузерах и других версиях браузера Internet Explorer осуществляется в обычном режиме.

Для целей оказания услуг по размещению Баннера на поиске Рекламодатель обязан предоставить для размещения рекламные материалы, содержащие всю требуемую законодательством РФ информацию, включая информацию, предусмотренную пп. 5.1 и 5.2 Правил.

3.15.11. При создании Рекламной кампании Рекламодателю может предоставляться возможность использования Видеообъявлений – типа Рекламных объявлений «Видео» для создания объявлений для показов на местах показа, указанных в п. 2.2. настоящих Правил.

Видеообъявления загруженные Рекламодателем самостоятельно, должны соответствовать требованиям, установленным в документе «Общие правила создания рекламных материалов для видеосети Яндекса», опубликованному в сети Интернет по адресу: <https://yandex.ru/adv/requirements/videowebreq>.

Видеообъявление с видео, предоставленным Яндексом и уже показанным Пользователю, может быть показано данному Пользователю (по данным Яндекса) не ранее 1 месяца с момента последнего показа данному Пользователю любого Рекламного объявления другого Рекламодателя с таким же видео.

Рекламодатель обязуется осуществить проверку Видеообъявлений. В отношении таких объявлений Рекламодатель принимает на себя все обязательства и гарантии, предусмотренные Офертой.

3.16. При выборе для показа объявлений из Группы объявлений, на Рекламных местах, указанных в разделе 2 Правил, за исключением показа Смарт-баннера, состоящего из постоянной и изменяемой частей, дополнительно к описанным выше правилам одновременно применяются следующие условия:

3.16.1. при наличии в Группе как объявлений, не являющихся Мобильными объявлениями, так и Мобильных объявлений, объявления первого типа показываются преимущественно на персональных компьютерах и планшетах; объявления второго типа – на мобильных устройствах. При наличии в Группе только одного типа объявлений, указанные объявления могут быть показаны на любом устройстве независимо от его типа. Условия настоящего подпункта не распространяются на Баннер на поиске.

3.16.2. преимущественно показывается одно объявление из всей Группы объявлений, имеющее наилучший показатель прогноза Кликабельности среди объявлений, включенных в Группу объявлений. При отсутствии достаточных данных статистики для применения такого условия, отбор объявлений из Группы объявлений для показа осуществляется согласно принципам автоматической ротации таких объявлений.

3.17. Рекламодатель может установить в клиентском веб-интерфейсе повышающий и/или понижающий коэффициент к Цене за Клик, который будет влиять на отбор Рекламного объявления для показа на Рекламных местах, а также на позицию, на которой такое объявление может быть показано.

Коэффициент устанавливается Рекламодателем в зависимости от характеристик Пользователя: демографических (пол, возраст), ретаргетинговых, геотаргетинговых, а

также, если применимо, в зависимости от выбранного Рекламодателем функционала: Смарт-баннера (с или без изменяемой части) или Видеодополнения. Также коэффициент может быть установлен Рекламодателем в зависимости от времени (почасовая корректировка ставок).

Для целей определения пола и возраста Пользователей, а также геотаргетинговых характеристик (наиболее частых координат местонахождения пользователя, которые по сведениям Яндекса соответствуют заданному географическому региону) используются данные, полученные на основании анализа поведения таких Пользователей в интернете с помощью технологии «Крипта» (<https://yandex.ru/company/technologies/crypta/>). Для определения ретаргетинговых характеристик Пользователей используются данные, полученные с помощью кода счетчика Яндекс.Метрики, установленного на сайте Рекламодателя. При этом Яндекс не гарантирует отсутствие ошибок при использовании технологии «Крипта», а также при определении указанных выше характеристик Пользователей. При установлении коэффициента в зависимости от времени (почасовая корректировка ставок) время определяется в зависимости от выбранного Рекламодателем часового пояса.

3.18. Рекламные объявления могут быть показаны как по ключевым словам/фразам, выбранным Рекламодателем, так и по автоматически определённым синонимам ключевых слов/фраз, выбранных Рекламодателем, а также, в случае применения Рекламодателем дополнительной функциональности «Автотаргетинг» по поисковым запросам. Рекламодатель может исключить показы по конкретным ключевым словам/фразам/поисковым запросам из числа автоматически определённых синонимов путём добавления таких ключевых слов/фраз в минус-слова (<https://yandex.ru/support/direct/keywords/negative-keywords.html>).

3.19. В случае несогласия Рекламодателя с дополнительными функциональностями, указанными в настоящем разделе, Рекламодатель обращается в службу поддержки с помощью формы обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/>.

4. Цена за Клик

Цена за Клик может быть установлена как Рекламодателем, так и автоматически с учетом правил, изложенных ниже, в пределах, указанных в таблице, опубликованной на странице https://yandex.ru/legal/direct_table/:

4.1. В случаях, когда Ставка с учетом установленного Рекламодателем коэффициента согласно п. 3.17 Правил, превышает сумму остатка денежных средств на Рекламной кампании / Общем счете (остаток средств на все Рекламные кампании, размещаемые под логином Рекламодателя) или сумму установленного Рекламодателем ограничения стоимости услуг, считается, что Ставка равна сумме остатка денежных средств на Рекламной кампании / Общем счете или сумме установленного Рекламодателем ограничения стоимости услуг (ее неизрасходованному остатку) соответственно.

4.2. Показ объявлений с включенными в них Рекламодателем изображениями, в соответствии с абз.2 п.3.6 Правил, может осуществляться при условии, что Ставка для таких объявлений установлена Рекламодателем (с учетом установленного Рекламодателем коэффициента согласно п. 3.17 и 3.15.1 Правил) в размере не менее указанного в таблице, опубликованной на странице https://yandex.ru/legal/direct_table/. При этом минимальная Цена за Клик для Смарт-баннера определяется в том же размере, что и минимальная Цена за Клик для объявлений с включенными в них Рекламодателем изображениями.

4.3. В Клиентском веб-интерфейсе все стоимостные показатели указываются в валюте (у.е., рубли РФ или иностранная валюта), определенной в соответствии с установленными Яндексом в Клиентском веб-интерфейсе правилами.

Указанные в рублях РФ или иностранной валюте цены в Клиентском веб-интерфейсе не включают НДС.

4.4. При показе Рекламных объявлений по автоматически определенным синонимам ключевых слов/фраз, выбранных Рекламодателем, а также при использовании Рекламодателем опции «Показы по дополнительным релевантным фразам» Цена за Клик устанавливается автоматически с учетом Ставки, установленной Рекламодателем самостоятельно. При этом установленная таким образом Цена за Клик не может превышать Ставку, установленную Рекламодателем самостоятельно для ключевых фраз для соответствующей Группы объявлений.

4.4.1. При использовании Рекламодателем функционала «Удерживать среднюю ставку ниже средней ставки на поиске» (не применимо к Баннеру на поиске) Цена за Клик устанавливается для ключевой фразы в рамках Группы объявлений автоматически с учетом Ставки, установленной Рекламодателем самостоятельно. При этом автоматически установленная таким образом Цена за Клик для показа на Рекламных местах, указанных в п.2.2 Правил, может быть меньше Цены за Клик, списанной с Рекламодателя при показе на Рекламных местах, указанных в п.2.1, 2.3, 2.4, 2.6 Правил.

4.5. Правила настоящего раздела 4 применяются в части, не противоречащей условиям, указанным в п. 3.5 Правил.

5. Прочие условия

5.1. Объявления медицинской тематики, а также объявления, объектами рекламирования в которых являются биологически активные добавки или изделия, которые согласно ст. 1 ФЗ «Об оружии» относятся к конструктивно сходным с оружием изделиям, сопровождаются предусмотренными ФЗ "О рекламе" и/или рекламной политикой Яндекса предупреждениями стандартного вида, а именно:

- «Есть противопоказания. Посоветуйтесь с врачом» — для рекламы лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинских изделий;
- «Не является лекарством» - для рекламы биологически активных добавок;
- «Конструктивно сходные с оружием изделия» - для рекламы конструктивно сходных с оружием изделий.

Сопровождение объявлений предупреждениями указанного вида производится путем автоматического определения тематики объявлений и/или через службу поддержки с помощью формы обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/>. При этом, в случаях размещения Графических объявлений и Баннера на поиске рекламодаделец обязан предоставлять указанные объявления с уже включенными предупреждениями согласно настоящему п. 5.1. Правил показа (в том числе при создании объявлений с помощью Конструктора креативов). Контроль за надлежащим определением тематики объявления и обязательным наличием в объявлениях соответствующей тематики необходимого предупреждения обязуется обеспечивать Рекламодаделец.

В соответствии с требованиями ФЗ «О рекламе» объявления, объектами рекламирования в которых являются продукты, предназначенные для использования в качестве заменителей женского молока, и продукты, включенные в рацион ребенка

в течение его первого года жизни, сопровождаются предупреждением вида «Проконсультируйтесь со специалистом. Для питания детей с _____ (указание возрастного ограничения в пределах от 0 до 12 месяцев)».

Сопровождение объявлений предупреждением вида «Проконсультируйтесь со специалистом. Для питания детей с 11 месяцев» производится по умолчанию путем автоматического определения тематики объявления или, в случае размещения Графических объявлений (в том числе при создании объявлений с помощью Конструктора креативов) и Баннера на поиске, самостоятельно рекламодателем при предоставлении таких объявлений к размещению. В случае если Рекламодатель не выбрал возрастную категорию для объявления с рекламой соответствующего продукта, объявление сопровождается указанным выше предупреждением по умолчанию или, если это Графическое объявление, такое объявление не размещается. Рекламодатель вправе в любое время изменить возрастное ограничение через клиентский веб-интерфейс или обратиться в службу поддержки через форму обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/>, если считает объявление не подлежащим сопровождению соответствующим предупреждением. Рекламодатель обязан сообщить в службу поддержки через форму обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/> о необходимости простановки показа предупреждения для объявления, в случае если объявлению не было автоматически присвоено соответствующее предупреждение. Рекламодатель несет ответственность за надлежащее определение категории объявления и обязательное наличие в объявлениях предупреждения с указанием надлежащего возрастного ограничения для рекламы соответствующих продуктов.

5.2. В соответствии с требованиями ФЗ "О рекламе" сопровождаются указанием категории «18+», «16+», «12+», «6+», «0+» объявления, объектом рекламирования в которых является информационная продукция, подлежащая классификации в соответствии с требованиями Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", а именно - предназначенные 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.

Определение категории информационной продукции производится Рекламодателем при изготовлении рекламного объявления самостоятельно путем выбора соответствующей категории через Клиентский веб-интерфейс или, если это Графическое объявление, путём указания в составе такого рекламного материала, либо посредством Конструктора креативов. В случае если Рекламодатель не выбрал категорию для объявления с рекламой соответствующей информационной продукции, объявлению автоматически присваивается категория «18+», за исключением Графического объявления. К Графическому объявлению рекламодатель обязан самостоятельно добавлять категорию информационной продукции (в том числе при создании объявлений с помощью Конструктора креативов) и Баннера на поиске. Сопровождение объявлений категорией указанного вида производится путем автоматического определения тематики объявления. Рекламодатель вправе в любое время изменить категорию через Клиентский веб-интерфейс или обратиться в службу поддержки через форму обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/>, если считает объявление не подлежащим возрастной категоризации. Рекламодатель обязан сообщить в службу поддержки через форму обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/> о необходимости простановки

возрастной категории для объявления, в случае если объявлению не была автоматически присвоена возрастная категория. Рекламодатель несет ответственность за надлежащее определение возрастной категории объявления и обязательное наличие в объявлениях соответствующего указания возрастной категории для рекламы соответствующей информационной продукции.

В соответствии с требованиями ФЗ "О рекламе" объявления, объектами рекламирования в которых являются банковские, страховые и иные финансовые услуги и финансовая деятельность, содержат наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество). Наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги или осуществляющего финансовую деятельность, определяется автоматически на основании документов, представленных Рекламодателем, и/или информации, представленной в официальных реестрах. Контроль за правильностью автоматически определенного наименования обеспечивает Рекламодатель. В случае несогласия Рекламодателя с наименованием, определенным автоматически, Рекламодатель обращается в службу поддержки с помощью формы обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/>.

В соответствии с требованиями ФЗ "О рекламе" реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна, в частности, содержать фирменное наименование (наименование) застройщика. Наименование застройщика определяется автоматически на основании документов, представленных Рекламодателем, и/или информации, представленной в открытых источниках. Контроль за правильностью автоматически определенного наименования обеспечивает Рекламодатель. В случае несогласия Рекламодателя с наименованием, определенным автоматически, Рекламодатель обращается в службу поддержки с помощью формы обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/>.

Объявления, объектами рекламирования в которых является деятельность по возврату задолженности физических лиц, во исполнение требований ФЗ "О защите прав и законных интересов физических лиц при осуществлении деятельности по возврату просроченной задолженности и о внесении изменений в Федеральный закон О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" сопровождается предупреждением "Взаимодействие только по почте согласно п. 3 ч. 1 ст. 4 ФЗ от 03.07.2016 № 230-ФЗ", за исключением случаев, когда указанная деятельность осуществляется кредитной организацией или лицом, осуществляющим деятельность по возврату просроченной задолженности в качестве основного вида деятельности, включенным в государственный реестр, при предоставлении Яндексу соответствующих подтверждающих документов.

5.3. Пиктограмма сайта (favicon).

Рекламодатель соглашается с тем, что если сайт, на который ведет Ссылка из объявления, за исключением Смарт-баннера, в корневом каталоге содержит пиктограмму сайта (файл: favicon.ico), доступную для индексации поисковой системой Яндекс (<https://yandex.ru/support/webmaster/search-results/favicon.xml>), то объявление при показе на Рекламных местах может включать пиктограмму сайта. Рекламодатель обязуется обеспечить соответствие пиктограммы сайта требованиям законодательства, в том числе требованиям законодательства о рекламе и о защите конкуренции.

5.4. Если для объявления рекламодателем были заполнены быстрые ссылки (дополнительные ссылки, которые могут отображаться при показе объявления), они могут отображаться при показе объявления в блоке Премиум, а также могут отображаться при показе объявления на иных местах размещения, указанных в п. 2.1 Правил (кроме случаев показа объявлений справа от результатов поиска), и на других рекламных местах, указанных в п. 2 Правил.

На Рекламных местах, указанных в п. 2 Правил, могут быть показаны объявления с отображением в них времени работы компании, номера телефона компании, иной информации, указанной Рекламодателем на контактной странице при создании/редактировании объявления. Правила, указанные в настоящем абзаце, не применяются к Турбо-страницам.

Указанный пункт не применяется к Графическим объявлениям и Баннера на поиске.

5.4.1. При этом в случае, если для объявления рекламодатель заполняет описание ко всем заполненным быстрым ссылкам, такое объявление с быстрыми ссылками и описанием к ним может отображаться при показе объявления в блоке Премиум.

5.5. При показе Рекламных объявлений по автоматически определённым синонимам ключевых слов/фраз, выбранных Рекламодателем при использовании Рекламодателем дополнительной функциональности «Автотаргетинг», а также при использовании Рекламодателем опции «Показы по дополнительным релевантным фразам», Рекламодатель обязуется обеспечить контроль за соответствием автоматически определённых синонимов ключевых слов/фраз, выбранных Рекламодателем, и/или добавленных ключевых слов/словосочетаний, и/или составление текста Рекламного объявления / содержания контента сайта Рекламодателя (в случае применения Рекламодателем дополнительной функциональности «Автотаргетинг») требованиям законодательства, в том числе требованиям Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ "О рекламе", Федерального закона от 26.07.2006 года №135-ФЗ "О защите конкуренции". Рекламодатель может установить ограничение стоимости услуг при использовании опции «Показы по дополнительным релевантным фразам» в процентах по отношению к общей стоимости услуг. Указанное ограничение применяется к стоимости услуг, оказываемых не менее, чем в течение одной недели с даты установления такого ограничения.

5.6. Рекламодатель может установить ограничение стоимости услуг при показах на Рекламных местах, указанных в п. 2.2 Правил, в процентах по отношению к общей стоимости услуг. Указанное ограничение применяется к стоимости услуг, оказываемых не менее чем в течение одной недели с даты установления такого ограничения. Условия настоящего пункта не распространяются на Смарт-баннеры.

5.7. Яндекс вправе периодически в целях повышения качества системы Яндекс.Директ и оказываемых услуг, а также разработки новых предложений для рекламодателей проводить эксперименты, в рамках которых показ объявлений на персональных компьютерах и мобильных устройствах отдельных выбранных системой в случайном порядке Пользователей и / или поисковых запросов, может осуществляться на Рекламных местах с изменением условий определения геотаргетинга (например, с учетом региона, указанного в поисковом запросе Пользователя) и условий показа Рекламных объявлений, включая, но не ограничиваясь, изменением условий отбора и порядка расположения Рекламных объявлений на Рекламных местах, предусмотренных настоящими Правилами. При проведении экспериментов Яндекс не гарантирует, что все без исключения Рекламные объявления будут показаны с соблюдением порядка расположения Рекламных объявлений на рекламных местах, и условий отбора, определенных в пунктах 3 – 5 настоящих Правил, а также соблюдением условий определения

геотаргетинга и иных условий, предусмотренных настоящими Правилами, также показ Рекламных объявлений может сопровождаться дополнительными информационно-справочными материалами сервисов Яндекса (например, информацией об оценках магазина/организации/товара, но не ограничиваясь указанным), а также данными/информацией, указанными рекламодателем при составлении Рекламного объявления в клиентском веб-интерфейсе или переданными Яндексу иным согласованным способом. При этом проведение экспериментов не влияет на установленную Рекламодателем в соответствии с п. 4 настоящих Правил Ставку и не влечет ее изменение. Оплата Услуг осуществляется в соответствии с Ценой за Клик, определенной в порядке, предусмотренном п. 4 настоящих Правил. Информация о факте проведения таких экспериментов доступна Рекламодателю при обращении в службу поддержки путем направления запроса через форму обратной связи по адресу <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/> с указанием причины обращения и номера рекламной кампании.

5.8. Рекламодатель может отказаться от показа Рекламных объявлений:

- на Рекламных местах, указанных в п. 2.2, 2.3 Правил, добавив адрес сайта, и/или идентификатор приложения, и/или внешнюю сеть в список запрещенных площадок в параметрах рекламной кампании, или установив запрет показа для соответствующего сайта и/или идентификатора приложения партнера на странице статистики по площадкам (<https://yandex.ru/support/direct/efficiency/statistics.html>).
- на Рекламных местах, указанных в п. 2.1, 2.3, 2.4, 2.5 – 2.6 (кроме случаев перехода Пользователя на страницу просмотра всех объявлений по ссылке со страниц, на которых показывается Контекстная реклама) Правил, установив в параметрах Рекламной кампании критерий показа Рекламных объявлений «Независимое управление для разных типов площадок» с опцией «Показы на поиске отключены».

5.9. Заголовок объявления и Адрес сайта (доменное имя, указанное Рекламодателем для данного объявления), в случае его показа справа от заголовка объявления, разделяются знаком «/».

5.10. Для целей настоящего документа обозначение «xx», используемое в доменных именах, указанных в настоящем документе, означает любую доменную зону верхнего или второго уровня, в которой Яндекс осуществляет администрирование домена с указанным именем.

5.11. При показе объявлений на Рекламных местах, указанных в п. 2.1 настоящих Правил, часть текста объявления может быть показана справа от заголовка в случае наличия технической возможности. В указанном случае заголовок и часть текста объявления, показанная справа от заголовка, разделяются знаком «–». В случае отсутствия технической возможности показа части текста объявления справа от заголовка, на данном месте может быть показан Адрес сайта (п. 5.9 настоящих Правил).

5.12. Показ объявлений на Рекламных местах, указанных в п. 2.4. настоящих Правил, может по техническим причинам осуществляться в сокращенном виде, о чем Яндекс уведомляет Рекламодателя посредством Веб-интерфейса. В отношении таких объявлений Рекламодатель принимает на себя все гарантии и обязательства, предусмотренные Офертой.

5.13. Если для объявления рекламодателем были заполнены уточнения (дополнительная информация, которая может отображаться при показе объявления), они могут отображаться при показе объявления на первом месте в блоке Премиум. В этом случае на первом месте в блоке Премиум могут быть показаны объявления с отображением информации, указанной Рекламодателем при

создании/редактировании объявления. Яндекс не гарантирует, что показ объявления будет осуществлен с отображением включенного в него уточнения. Условия настоящего пункта не распространяются на Смарт-баннеры.

5.14. При показе объявлений на Рекламных местах, указанных в п. 2.1 настоящих Правил, Рекламодателю может быть предложено воспользоваться функционалом «Отображаемая ссылка». При использовании данного функционала Рекламодаделец может изменить визуальное представление Ссылки. В отношении Отображаемой ссылки Рекламодаделец принимает на себя все обязательства и гарантии, предусмотренные Офертой. Показ Отображаемой ссылки не гарантируется Яндексом.

5.15. Объявления, объектами рекламирования в которых являются услуги микрофинансовых организаций, могут сопровождаться признаком (пометкой) «Сайт организации занесен в Государственный реестр микрофинансовых организаций ЦБ РФ» («Реестр ЦБ РФ»), если сайт, указанный в Объявлении, занесен в Государственный реестр микрофинансовых организаций ЦБ РФ, размещенный на сайте (<http://www.cbr.ru/vfs/finmarkets/files/supervision/mfo.txt>).

Объявления, объектами рекламирования в которых являются транспортные средства, могут сопровождаться признаком (пометкой) «Официальный дилер» с всплывающим окном, содержащим короткое текстовое сообщение «По данным Авто.ру», если сайт, указанный в Объявлении, по данным ООО «Яндекс.Вертикали» является сайтом официального дилера в соответствии с документом «Условия оказания услуг на сервисе Auto.ru», размещенном на сайте (<https://media.auto.ru/cars/dogovor/>).

Объявления, объектами рекламирования в которых являются работы или услуги по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, могут сопровождаться информацией о наименовании/фамилии, имени и отчестве лица, осуществляющего такие работы и (или) услуги, а также о номере записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц, если лицо, осуществляющее такие работы и (или) услуги, имеет аккредитацию в национальной системе аккредитации по данным реестра Росаккредитации, размещенного на сайте <http://fsa.gov.ru/index/staticview/id/297/>.

Если Рекламодаделец считает Объявление не подлежащим сопровождению признаками (метками), указанными в настоящем пункте, он может отключить функционал показа меток в Клиентском веб-интерфейсе.

5.16. При показе объявлений на Рекламных местах, указанных в п. 2.2. настоящих Правил, Рекламодателю может быть предложено воспользоваться функционалом «Видеодополнение». В рамках указанного функционала Рекламодателю предлагается дополнить Рекламное объявление стандартным видео, предоставленным Яндексом, или видео, загруженным Рекламодателем самостоятельно. Видео, загруженные Рекламодателем самостоятельно, должны соответствовать требованиям, установленным в документе «Общие правила создания рекламных материалов для видеосети Яндекса», опубликованному в сети Интернет по адресу: <https://yandex.ru/adv/requirements/videowebreq>.

Рекламное объявление, в отношении которого использован функционал «Видеодополнение», может быть показан без быстрых ссылок, изображений и иных дополнений.

Рекламное объявление с видео, предоставленным Яндексом и уже показанным Пользователю, может быть показано данному Пользователю (по данным Яндекса) не

ранее 1 месяца с момента последнего показа данному Пользователю любого Рекламного объявления другого Рекламодавца с таким же видео.

Рекламодавец обязуется осуществить проверку Рекламных объявлений, в отношении которых использован функционал «Видеодополнение». В отношении таких объявлений Рекламодавец принимает на себя все обязательства и гарантии, предусмотренные Офертой.

Указанный функционал недоступен для Смарт-баннеров, Видеообъявлений, Графических объявлений и Мобильных объявлений.

5.17. Рекламодавец соглашается с тем, что ни Яндекс, ни иное третье лицо не передает (отчуждает) исключительное право Рекламодавцу и не предоставляет по лицензии Рекламодавцу право на использование тех результатов интеллектуальной деятельности (далее – РИД), которые используются Яндексом при оказании Услуг с использованием функционала «Видеодополнение» и Видеообъявление.

Рекламодавец не вправе использовать такие РИД вне пределов Рекламных объявлений, если иное не определено между Рекламодавцем и соответствующими правообладателями таких РИД.

5.18. Рекламодавец соглашается с тем, что в случае наличия в Рекламном объявлении Ссылки на контактную страницу (виртуальную визитку), информация, указанная Рекламодавцем на такой контактной странице (виртуальной визитке) может быть использована для автоматического установления Яндексом соответствия между такой контактной информацией и информацией об организациях, доступных на сервисе «Яндекс.Справочник» (<https://sprav.yandex.ru/>) (далее – «Информация Справочника»). При этом в показ Рекламных объявлений на Рекламных местах, указанных в п.2.4 Правил, может сопровождаться Информацией Справочника, установленной Яндексом автоматически в соответствии с условиями настоящего пункта, включая, но не ограничиваясь: фото соответствующей организации, панораму, отзывы об организации, рейтинги/количество оценок, категорию/рубрику, ближайшую станцию метро (если применимо), дополнительные признаки организации (средний счет, наличие в организации wi-fi) и т.д. Данный функционал может быть включен для указанных в данном пункте Рекламных объявлений Рекламодавца по умолчанию (о чем Яндекс уведомляет Рекламодавца посредством Веб-интерфейса) и с помощью проставления Рекламодавцем соответствующего флажка о включении данного функционала в Веб-интерфейсе. При этом Рекламодавец обязуется самостоятельно обеспечивать достоверность и законность размещения Информации Справочника. Рекламодавец также принимает на себя все обязательства и гарантии, предусмотренные Офертой в отношении такой Информации Справочника при отображении его Рекламных объявлений с применением функционала, описанного в настоящем пункте. При этом Рекламодавец может отказаться от применения данного функционала посредством отключения соответствующего флажка в Веб-интерфейсе.

5.19. В отдельных случаях Рекламодавцу может предоставлять функционал, позволяющий автоматически генерировать Рекламные объявления (в том числе Смарт-баннеры) исходя из настроек и данных, заполненных Рекламодавцем посредством Веб-интерфейса и/или специальной формы на сайте Яндекс.Ру. Рекламодавец обязуется осуществить проверку всех Рекламных объявлений, в отношении которых был использован данный функционал. В отношении таких объявлений Рекламодавец принимает на себя все обязательства и гарантии, предусмотренные Офертой. Кроме того, Рекламодавец самостоятельно принимает решение о начале показа таких Рекламных объявлений, ознакомившись с ними посредством Веб-интерфейса (например, в черновиках Рекламных кампаний).

5.20. В отдельных случаях по усмотрению Яндекса Рекламодателю может быть оказано содействие в подготовке Рекламных кампаний для размещения в рамках оказания услуг Яндекс.Директ (подготовка медиаплана). В указанном случае Яндекс с согласия Рекламодателя, предоставленного посредством Клиентского веб-интерфейса либо по электронной почте, осуществляет подготовку медиаплана.

Предоставляя согласие на подготовку медиаплана, Рекламодаделец обязуется в случае принятия подготовленного медиаплана осуществить заказ на оказание услуг Яндекс.Директ на сумму не ниже 1 000 рублей (без учета НДС) либо на сумму остатка денежных средств на Общем счете на момент принятия медиаплана.

По результатам подготовки медиаплана Яндекс направляет Рекламодателю уведомление посредством Клиентского веб-интерфейса и/или по электронной почте с предложением принять медиаплан или отказаться от него. Подготовленный медиаплан доступен Рекламодателю в Клиентском веб-интерфейсе с момента отправки указанного выше уведомления.

В Клиентском веб-интерфейсе Рекламодателю предоставляются следующие возможности, реализуемые посредством нажатия соответствующей кнопки: принять медиаплан; отказаться от медиаплана; отложить принятие решения по медиаплану. Рекламодаделец соглашается, что в случае, если в течение 10 календарных дней с даты отправки Яндексом указанного выше уведомления Рекламодаделец не выполнил в Клиентском веб-интерфейсе ни одного из указанных выше действий, медиаплан считается принятым Рекламодателем.

Принятие медиаплана любым из указанных выше случаев означает согласие Рекламодателя на размещение Рекламных объявлений в соответствии с медиапланом при наличии денежных средств, достаточных для размещения объявлений либо в рамках заказа услуг Яндекс.Директ, размещенного Рекламодателем на условиях отсрочки платежа.

Рекламодаделец гарантирует, что он ознакомился с медиапланом, что все Рекламные объявления в рамках медиаплана (их содержание, настройки размещения, ключевые слова и другие данные) соответствуют требованиям законодательства, пожеланиям Рекламодателя, являются достоверными. Рекламодаделец самостоятельно несет ответственность за соответствие содержания Рекламных объявлений в рамках принятого им любым из указанных выше способов медиаплана всем требованиям законодательства, в том числе требованиям законодательства о рекламе.

Модерация Рекламных объявлений в рамках принятого Рекламодателем медиаплана осуществляется на общих основаниях. Яндекс не гарантирует успешное прохождение модерации Рекламными объявлениями в рамках медиаплана.

5.21. В отношении объявлений, объектами рекламирования в которых являются товары при дистанционном способе их продажи, Рекламодаделец во исполнение требований ФЗ "О рекламе" обязуется указывать в виртуальной визитке 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. Рекламодаделец несет ответственность за достоверность указанных сведений. В случае невозможности указания таких сведений по техническим причинам, зависящим от Яндекса, Рекламодаделец обязан обратиться в службу поддержки с помощью формы обратной связи по адресу: <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/>.

1 у.е = 30 руб. (включая НДС 18%)

1 у.е. = 0,41 долларов США (без НДС) ***

* для целей настоящих Правил к ресурсам партнеров Яндекса относится сервис <http://go.mail.ru/>.

** *Развернутая метка* – блок, внутри которого содержится объявление и предоставленная Рекламодателем контактная информация, отображаемый на карте сервиса Яндекс.Карты (<http://maps.yandex.xx/>) с привязкой к точке местности, соответствующей адресу, указанному Рекламодателем на контактной странице, при условии наличия в объявлении Ссылки на контактную страницу. Метка, внутри которой содержится блок Развернутая метка, выделяется на карте цветом и отображается только при показе объявления на Рекламных местах, указанных в п.2.4 Правил.

*** применяется при оказании услуг лицам, не являющимся резидентами Российской Федерации, Республики Казахстан, Украины, Республики Беларусь.

**** при оказании услуг лицам, являющимся резидентами Республики Беларусь, стоимость 1 у.е. определяется в белорусских рублях из расчета стоимости 1 у.е. в рублях по курсу белорусского рубля к российскому рублю, установленному Центральным Банком Российской Федерации на дату оплаты.