

Регламент размещения коммерческих материалов в сообществе ВКонтакте «Фонтанки.ру»

I. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

1. Рекламный пост должен содержать пометку о рекламе (автоматическую пометку ВКонтакте «Реклама» или пометку «Партнёрский пост»). Анонсы спецпроектов портала и нативные интеграции размещаются без рекламной пометки.
2. Редакция портала вправе отказать в размещении, если материал не соответствует концепции портала или действующему законодательству. Редакция оставляет за собой право удалить через 24 часа рекламные публикации, которые не являются нативными, графически и стилистически не вписывающиеся в концепцию издания и его сообществ в социальных сетях. Мы также оставляем за собой право отказывать в размещении поста без указания причин.
3. Не допускается реклама магов, целителей, экстрасенсов, парапсихологов, эзотерических практик, тренингов личностного роста с эзотерическим уклоном, нетрадиционных методов лечения, не имеющих соответствующих разрешений согласно статьям 56, 57 Основ законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан; интимных услуг, в том числе эротических массажей, ночных клубов с приват-услугами, эскорт-агентств, секс-шопов и стриптиз-клубов; игорных заведений; религиозных организаций. Не допускаются рекламные материалы о сборе денег на лечение и другую благотворительность; поздравления и некрологи. Также не допускается публикация рекламы бинарных опционов, финансовых пирамид, любых других сомнительных финансовых организаций (кроме банков, страховых и лизинговых компаний, легальных кредитных и страховых брокеров), форекс-дилеров и им подобных организаций.
4. Запрещается «чёрный пиар», то есть размещение информации, направленной на дискредитацию определённого лица или компании и ухудшающей их имидж. Запрещается размещать на коммерческой основе материалы о политических, социальных или бизнес-конflikтах, а также связанных с ними судебных разбирательствах. Некорректные высказывания в адрес каких-либо лиц или компаний, которые противоречат законодательству Российской Федерации, могут причинить убытки либо нанести вред деловой репутации, недопустимы в соответствии с пунктом 9 статьи 4 закона «О защите конкуренции».
5. Не допускаются рекламные материалы, которые побуждают к насилию, возбуждают панику.
6. Информация, изложенная в тексте, должна быть достоверной и не вводить читателя в заблуждение, не включать заведомо ложные сведения о товаре/услуге. Рекламодатель несёт ответственность за правильность фактов, цитат, ссылок, названий организаций, фамилий и должностей.
7. При упоминании в рекламном тексте имён публичных лиц (политиков, артистов, спортсменов и т.д.) или использовании их фотографий необходимо их письменное разрешение.
8. Рекламный пост может быть закреплен в шапке группы, только если является нативной интеграцией в формате конкурса (п. 18.1.).
9. После публикации рекламного поста правки в него не вносятся, за исключением исправления орфографических, пунктуационных ошибок или опечаток.
10. Комментарии к коммерческим постам открыты и модерированы на общих основаниях, однако по требованию рекламодателя могут быть закрыты. Закрыть комментарии возможно только до публикации поста
11. Не разрешается публиковать 2 одинаковых рекламных поста в течение двух суток (дублирование рекламного поста возможно через день после выхода). Если необходимо размещать одну и ту же рекламу два дня подряд, то посты должны различаться текстом (минимум на 70%) и иллюстрациями.
12. Анонсы новостей с портала выставляются с текстовой пометкой «Партнёрский пост».
13. Анонсы спецпроектов портала размещаются без рекламной пометки. В сутки допускается размещение 1 анонса спецпроекта.
14. Мы можем размещать только две рекламные записи в сутки, поэтому заявку на размещение рекламного поста в группе просим присылать минимум за сутки и заранее уточнять возможность размещения в выбранную дату.

15. В сообществе можно разместить пост-статью (п. 18.2). Для данного вида формата, действует такой же регламент, как для статей Портала.

16. От имени сообщества мы запускаем таргетинг (п. 18.3), как для продвижения уже опубликованных в сообществе постов, так и для отдельно созданных постов, в рамках рекламного кабинета ВКонтакте. Требования к постам для таргетирования аналогичны требованиям к рекламным постам сообщества.

17. Возможна интеграция рекламодателя в обложку сообщества (не более 25% брендинга). Мы оставляем за собой право отказать в брендинге обложки, если тематика рекламодателя противоречит регламенту паблика.

18. В сообществе допускается размещение следующих рекламных форматов:

18.1. Нативные интеграции – реклама, которая органично встраивается в контент сообщества, информативна и интересна пользователю, но при этом может содержать упоминание рекламодателя.

Для размещения нативной интеграции необходимо предоставить описание проекта, события, услуги или товара – всю информацию, которую рекламодатель хочет сообщить пользователю, а также желаемый формат размещения (пост, конкурс, серия постов). Мы оставляем за собой право отказать в размещении нативной рекламы, если тематика не может быть интегрирована в контент нашего сообщества.

18.2. Пост-статья – это публикация, которая может визуально дублировать вид статьи, размещенной на портале (содержать объемный текст, картинки, ссылки, видеоролики, гифки и другие элементы). Пост-статья открывается из ленты паблика с помощью кнопки «Читать».

18.3. Таргетированная реклама – это пост от имени сообщества, который с помощью настроек ВКонтакте, можно показать только нужной целевой аудитории, в том числе пользователям, которые не являются подписчиками нашего сообщества.

II. ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПОСТОВ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИЙ В ГРУППЕ ВКОНТАКТЕ

1. Объем рекламного поста не должен превышать 500 знаков с пробелами. В оформлении допускается не более 3 смайликов и/или эмодзи. Недопустимо написание части текста более крупным шрифтом за исключением названий брендов. Текст принимается в формате Word.

2. В качестве иллюстраций допускается не более 10 фото или 1 видеоролик, а также 9 фото + 1 видеоролик. Разрешение каждой фотографии – минимум 900 пикселей по меньшей стороне.

3. Фото принимается в формате .jpeg/ png. Ответственность за авторство фотографий лежит на рекламодателе. Авторские права на фото или видео, размещенное в посте, должно принадлежать рекламодателю. Использование снимков, принадлежащих третьим лицам, нарушает закон об авторских и смежных правах.

4. Видео принимается в цифровом формате готовым файлом (ВК поддерживает форматы AVI, MP4, 3GP, MPEG, MOV, FLV, F4V, WMV, MKV, WEBM, VOB, RM, RMVB, M4V, MPG, OGV, TS, M2TS, MTS) или опубликованное в VK, ссылки на Youtube не рекомендуются.

5. В тексте рекламного поста допускается не более 3 ссылок и 3 хэштегов. Нативные интеграции выставляются с 1 ссылкой, без хэштегов. Гиперссылки на редакционные новости порталов, а также на новости других СМИ и информационных агентств недопустимы.

III. ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ ГОТОВЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ПОСТОВ, КОТОРЫЕ РАЗМЕЩАЮТСЯ ПУТЕМ РЕПОСТА

1. Объем рекламного поста не должен превышать 500 знаков с пробелами. Текст должен быть грамотным, без ошибок и опечаток, аккуратно оформленным. В оформлении допускается не более 3 смайликов и/или эмодзи. Недопустимо написание части текста более крупным шрифтом за исключением названий брендов.

2. Гиперссылки на редакционные новости сайта-владельца группы, а также на новости других СМИ и информационных агентств недопустимы.

3. Фото или видео, размещенное в посте, должно принадлежать рекламодателю. Использование снимков «из интернета» чревато судебными исками.

4. Мы не делаем репосты публикаций других СМИ на коммерческой основе.

5. Рекламный репост размещается на 1 сутки, по истечении этого срока, публикация удаляется администратором сообщества.

Регламент размещения коммерческих материалов в прочих аккаунтах «Фонтанки.ру» в социальных сетях

Сетевое издание «Фонтанка.ру» может размещать коммерческие посты и интеграции в любых своих аккаунтах и на любых своих официальных страницах в социальных сетях (Telegram, Яндекс Дзен, Youtube, Ok.ru, TikTok и др.).

Все интеграции должны быть строго нативными — то есть выглядеть как органичная часть контента страницы «Фонтанки.ру».

Размещения не должны противоречить правилам платформы в социальной сети и законодательству РФ.

Содержание и оформление поста согласовывается с редакцией.

Формат и сценарий интеграции разрабатывается по запросу рекламодателя коммерческой редакцией «Фонтанки.ру».

ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПОСТОВ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИЙ В TELEGRAM-КАНАЛЕ

Рекомендованный объем текста - до 500 знаков (максимальный - до 600 знаков текста в редакционном стиле). Одна ссылка на сторонние сайты или публикацию на портале, одно упоминание аккаунта в телеграм. До 6 нативных фото (не принимаются рекламные макеты, афиши, другие картинки, фотография должна быть без водных знаков, допускается небольшая надпись в редакционном оформлении), одно видео.

Все рекламные посты размещаются с пометкой «Реклама».