

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-конфликтах, 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. Закрывать 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 три 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 объёмный 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 1000 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 (VK 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 1000 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.

3. Регламент размещения коммерческих материалов в Инстаграм аккаунте «Фонтанки.ру»

I. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

1. Рекламный материал должен соответствовать Федеральному закону «О рекламе», N 38-ФЗ и правилам Инстаграм <https://help.instagram.com/477434105621119>. Текст поста готовит редактор аккаунта. От рекламодателя требуется прислать описание проекта, события, услуги или товара – всю информацию, которую рекламодатель хочет сообщить пользователю Инстаграма. Готовый текст поста согласуется с рекламодателем в части фактов, но не стиля описания. Мы оставляем за собой право отказаться от размещения рекламы, если рекламодателя не устраивает получившийся текст.
2. Рекламный пост должен содержать пометку о рекламе (в посте - текстовую «#партнёрский_пост», в сторис – фирменный значок «символ российского рубля»).
3. 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.
4. 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.
5. Не допускаются рекламные материалы о сборе денег на лечение и другую благотворительность; поздравления и некрологи, призывы голосовать за определённого кандидата в любых опросах. 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.
6. 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-конфликтах, 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».

7. Не допускаются рекламные материалы, которые побуждают к насилию, провоцируют панику.

8. 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.

9. При упоминании в рекламном тексте имён публичных лиц (политиков, артистов, спортсменов и т.д.) или использовании их фотографий необходимо их письменное разрешение.

10. После публикации рекламного поста правки в него не вносятся, за исключением исправления орфографических, пунктуационных ошибок или опечаток.

11. Комментарии к коммерческим новостям модерированы на общих основаниях (удаляются комментарии, содержащие мат, оскорбление пользователей, спам). Комментарии к постам не отключаются.

12. Не разрешается публиковать два одинаковых рекламных поста (рекламирующих ту же услугу или товар, посты с одинаковым посылом от одного клиента) в течение недели. Если необходимо размещать одну и ту же рекламу несколько раз в неделю, то посты должны различаться текстом (минимум на 70%) и иллюстрациями.

13. Мы можем размещать только одну рекламную запись в сутки, поэтому заявку на размещение рекламного поста в группе просим присылать минимум за сутки и заранее уточнять возможность размещения в выбранную дату. Время публикации поста или сторис остаётся на усмотрение сайта, с рекламодателем оговаривается, будет это в первой половине дня (с 9 до 14 часов) или во второй (с 14 до 19 часов).

II. ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПОСТОВ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИЙ В ИНСТАГРАМ АККАУНТЕ

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 названием брендов. Текст принимается в формате Word.

2. Допускается до 5 хэштегов и до 2 ссылок на инстаграм-аккаунт (он должен быть заполнен фото, быть активным, не содержать какой-либо информации, запрещённой в пунктах выше). Ссылки на редакционные новости порталов, а также на новости других СМИ и информационных агентств недопустимы. Также недопустимы призывы от имени редакции к каким-то действиям («идите», «покупайте» и так далее).

3. В посте могут быть использованы от 1 до 5 фото или видео длиной до 1 минуты. Фото и видео должны быть четкими и качественными. На переднем плане должны быть крупные предметы, без мелких цветных деталей. Фотографии не должны содержать текстовых вставок. Использование стоковых фотографий недопустимо.

4. Фото принимается в формате .png и .jpeg. Разрешение каждой фотографии – 1080 пикселей по меньшей стороне. Максимальный размер файла 30 МВ. Если это галерея из нескольких фото, то они должны быть все одинаковой ориентации: либо квадратные, либо прямоугольные, либо вертикальные.

5. Ответственность за авторство фотографий лежит на рекламодателе. Фото или видео, размещенное в посте, должно принадлежать рекламодателю. Использование снимков «из интернета» чревато судебными исками.

6. При размещении поста с «коллекцией» фотографий или в формате «сториз», первое изображение должно быть реальным и не содержать логотип компании и рекламный слоган. Следующие изображения могут содержать коммерческую информацию. Никаких букв на фото

не должно быть. Исключения - для небольших логотипов, которые смотрятся не броско и органично.

7. Смысловый центр снимка должен быть сфокусирован и иметь резкость. Фильтры, цвета и композиции в рекламных фотографиях должны смотреться одинаково и создавать впечатление единства.

8. Видео принимается файлом в формате (AVI, MP4, MPEG, MOV, MPG), авторские права на который принадлежат рекламодателю. Желательное соотношение сторон 1:1 (квадратное). Размер до 1080 px. Длина до 60 секунд. Стандарт сжатия видео H.264. Максимальный размер файла 4 GB.

9. Требования к материалам для сторис. Соотношение сторон 9:16 (вертикальное). Фото, видео, бумеранги в формате png, jpg, gif, mov, mp4. С разрешением для фото до 1080 px и для видео до 1920 px. Максимальный размер файла для фото 30 MB и для видео 4 GB. По краям фото или видео для сторис (в том числе снизу и сверху) не должно быть никакого текста, иначе он перекроется встроенными элементами в инстаграм.