

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДОБРОСОВЕСТНЫМ ПРАКТИКАМ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ (IN APP РЕКЛАМЫ)

Настоящие Рекомендации по добросовестным практикам размещения рекламы в мобильных приложениях (далее - «Рекомендации») представляют собой свод рекомендуемых правил для рекламодателей, рекламодателей и иных лиц, участвующих в процессе размещения рекламы в мобильных приложениях, направленной на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации.

Практики, не включенные в настоящие Рекомендации, не могут быть признаны противоречащими принципам разумности, добросовестности и справедливости только по той причине, что такие практики не включены в Рекомендации или не полностью им соответствуют.

Основными целями Рекомендаций являются:

- формирование практик размещения рекламы в мобильных приложениях, основанных на принципах добросовестности, при заключении и исполнении договоров и обеспечение баланса коммерческих интересов хозяйствующих субъектов в сфере рекламных и маркетинговых коммуникаций;
- создание условий для соблюдения всеми участниками рынка этических правил, законности и добросовестности распространяемой рекламы, развитию конкуренции на рынке.

Рекомендациями могут руководствоваться все участники рынка размещения рекламы.

Для целей применения настоящих Рекомендаций используются следующие основные понятия:

- **Мобильное приложение** — это программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных (портативных, переносных, карманных) устройствах.
- **Реклама** - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.
- **Пользователь** – физическое лицо, осуществляющее взаимодействие с Мобильным приложением.

1. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ РЕКЛАМЫ В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ

- 1.1. Реклама, распространяемая в Мобильных приложениях, должна соответствовать всем требованиям действующего законодательства Российской Федерации¹, быть добросовестной, достоверной и этичной.
- 1.2. Реклама не должна порочить честь, достоинство или деловую репутацию третьих лиц, в том числе конкурентов.
- 1.3. Реклама должна носить достоверный характер.
- 1.4. Пользователь Мобильного приложения должен быть информирован о том, что контент Мобильного приложения является Рекламой. В связи с этим Реклама должна содержать соответствующую пометку.
- 1.5. В Рекламе не допускается использовать нецензурную лексику, порочащие и/или оскорбляющие жесты, образы и/или иные формы оскорбления любых лиц.
- 1.6. Реклама не должна распространять информацию о частной жизни лица, его персональные данные без согласия данного лица.
- 1.7. При размещении Рекламы требуется соблюдение авторских и смежных прав.
- 1.8. Реклама не должна оправдывать насилие, нарушение закона или антиобщественное поведение либо же подстрекать к нему.
- 1.9. Содержание Рекламы должно уважать человеческое достоинство и не должно поощрять или оправдывать никакие формы дискриминации, в том числе по признаку этнической или национальной принадлежности, религии, пола, возраста, физических ограничений.

2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ РЕКЛАМЫ В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ

- 2.1. Размещение Рекламы в Мобильных приложениях не должно блокировать возможность использования пользователем Мобильного приложения на продолжительное время, например, Реклама не должна прерывать процесс оформления заказа в Мобильном приложении.
- 2.2. Рекомендуется реализовывать в рекламных форматах инструмент, позволяющий Пользователю закрыть или пропустить Рекламу после истечения рекомендуемого времени показа Рекламы.
- 2.3. При размещении рекламы в Мобильных приложениях, следует принимать во внимание возрастную категорию, которой доступно такое Мобильное

¹ [Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»](#)

приложение для использования, путем настройки таргетирования рекламы на пользователей соответствующего ограничениям возраста.

2.4. Не рекомендуется показывать Рекламу, при автоматическом возврате в Мобильное приложение, ранее открытое пользователем.

2.5. Реклама не должна преобладать над основным содержанием Мобильного приложения.

2.6. Допускается размещать рекламные блоки, которые двигаются вместе с содержанием Мобильного приложения вслед за прокруткой части экрана, если они не перекрывают целиком содержимое экрана устройства пользователя.

2.7. Реклама не должна вводить Пользователя в заблуждение имитацией интерфейса Мобильного приложения.

2.8. Для соблюдения требований законодательства² об идентификации Рекламы (маркировка рекламы в Интернете) во всех рекламных форматах рекомендуется добавлять контекстное меню, при клике на которое должно открываться окно, позволяющее получить следующую информацию: сведения о рекламодателе, кликовую ссылку или уникальный идентификатор рекламы (токен). В таком контекстном меню также рекомендуется размещать формы для жалоб и/или обращений пользователей Мобильного приложения.

2.9. При осуществлении пользователем игрового процесса при взаимодействии с Мобильным приложением, основной тематикой которого являются игры, такой процесс рекомендуется прерывать Рекламой во время паузы в игровом процессе или из-за дизайна игры: перед началом игры, при переходе на следующий уровень, после проигрыша, после операции сохранения или изменения настроек. Рекомендация не касается Рекламы, показываемой Пользователю в результате действий (запросов) Пользователя.

² [Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»](#)