Требования к содержанию рекламных материалов:

1. Рекламные материалы должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ. В частности, Яндекс не принимает рекламу, которая:

1.1. использует бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальных категорий, возраста, религиозных символов, официальных государственных символов;

1.2. является недобросовестной, недостоверной, вводит потребителя в заблуждение, в том числе:

содержит недостоверные сведения о товаре/услуге,

содержит недостоверные сведения о скидках/акциях/распродажах, об их сроках и правилах,

содержит/имитирует стандартные элементы пользовательского графического интерфейса, не обладающие соответствующими функциональными возможностями непосредственно в рекламном материале, например, изображение курсора, и/или элементы дизайна страниц Яндекса, например, изображение поисковой строки, процесса ввода поискового запроса, кнопок, имитирующих интерфейс Яндекса,

не дает четкого представления о том, кто является источником информации, содержащейся в рекламном сообщении;

1.3. побуждает к совершению противоправных действий и/или призывает к насилию и жестокости;

1.4. представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте.

Особенности рекламы отдельных видов товаров изложены в «Правилах размещения рекламы на Яндексе» ([https://yandex.ru/legal/adv\_rules](https://yandex.ru/legal/adv_rules/index.html)), которые являются частью настоящего документа.

2. Яндекс не принимает рекламу, связанную с трагическими событиями, если такие объявления направлены на привлечение внимания к соответствующим новостям/публикациям (в т.ч. к шокирующему контенту).

3. Текст рекламы должен быть составлен на русском языке.

3.1. Допускается использование в рекламе, наряду с текстом на русском языке, текста на иностранном языке при условии, что данный текст идентичен по своему содержанию и техническому оформлению тексту на русском языке.

3.2. В случае если сайт или иной ресурс (веб-страница, виртуальная визитка), на который ведет ссылка, включенная в рекламу («рекламная ссылка»), составлен на языке, отличающемся от языка рекламного объявления, обязательно наличие информации об этом в тексте рекламы.

4. Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, и, в случае необходимости, дополнительно в иностранной валюте.

5. Реклама должна соответствовать содержанию той страницы сайта или иного ресурса (веб-страницы, виртуальной визитки), на которую ведет рекламная ссылка. Например, если реклама содержит информацию о скидке, то рекламная ссылка должна вести на ту страницу сайта рекламодателя, где эта скидка явно указана.

5.1. Реклама новостных ресурсов, содержащая информацию о новостной статье, опубликованной на сайте или ином ресурсе (веб-странице, виртуальной визитке) рекламодателя, должна вести на ту страницу сайта или иного ресурса (веб-страницы, виртуальной визитки), где данная статья опубликована. При этом текст рекламного объявления должен соответствовать по смыслу заголовку и содержанию новостной статьи. В случаях когда текст рекламы содержит провокационные заявления, имеет неоднозначную трактовку, может ввести пользователя в заблуждение, Яндекс вправе потребовать полного соответствия заголовка статьи тексту рекламы.

5.2. Из текста рекламного объявления должно быть понятно, что оно рекламирует источник, на котором можно ознакомиться с новостной статьей.

5.3. Если заголовки новостей (статей) используются в медийном баннере, то указание на источник должно размещаться на одном слайде с самим заголовком, при этом размер шрифта этого текста должен быть не меньше, чем размер шрифта самого заголовка.

6. Использование в рекламе превосходной степени имен прилагательных и/или сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами допускается, если указанная информация подтверждена соответствующими исследованиями (заключениями и т.п.) третьих лиц.

7. Рекламные материалы должны соответствовать техническим требованиям, предъявляемым, в зависимости от вида рекламы, к баннерной ([https://yandex.ru/legal/banner\_adv\_rules](https://yandex.ru/legal/banner_adv_rules/index.html)) и текстовой ([https://yandex.ru/legal/text\_adv\_rules](https://yandex.ru/legal/text_adv_rules/index.html)) рекламе.

8. В рекламных материалах недопустимо использование изображений низкого качества, в том числе:

8.1. Изображений с искажениями и помехами (артефактами) вследствие сжатия файла;

8.2. Изображений с низким разрешением, с низкой четкостью графики и с пикселями.

Информация взята с сайта yandex.ru.