1. Приведенные цены не включают НДС, если не указано иное.
2. Минимальная стоимость заказа (если не оговорено иное) 21 000 руб. с НДС.
3. CPM – стоимость за 1000 показов.
4. Пометка «1 сутки»/«1 день» означает, что материал начинает показываться в 00:00 часов и заканчивает показываться через   
   24 часа либо в момент, когда количество показов материала достигнет показателя, предусмотренного соответствующим заказом, в зависимости от того, какое из указанных событий наступит позднее.
5. Пометка «1 неделя» («2 недели», «4 недели») означает, что материал начинает показываться в 00:00 часов понедельника и заканчивает показываться в 24:00 следующего (через одно, через три соответственно) воскресенья либо в момент, когда количество показов материала достигнет показателя, предусмотренного соответствующим заказом, в зависимости от того, какое из указанных событий наступит позднее. Купить можно только целое число недель.
6. Для целей определения геотаргетинга под Регионами России подразумеваются субъекты Российской Федерации, а также города Российской Федерации, в отношении которых предоставляется возможность настройки геотаргетинга. В случае, если для медийных материалов указан регион геотаргетинга Москва, то показ медийных материалов осуществляется также на Московскую область. В случае если для медийных материалов указан регион геотаргетинга Санкт-Петербург, то показы осуществляются также на Ленинградскую область.
7. Услуги Яндекса могут включать в себя размещение рекламных, информационных или иных видов материалов, предоставленных заказчиком.

Термины «реклама», «рекламодатель», а также иные однокоренные слова являются техническими и используются при описании отдельных сервисов, форматов и\или услуг исключительно для удобства сторон и не определяют сущность и правовую природу размещаемых материалов.

Содержание и вид каждого материала определяется индивидуально применительно к конкретному сервису, формату и\или виду оказываемых Яндексом услуг.

1. При оказании услуг по размещению медийных материалов могут применяться следующие настройки (если об этом явно указано в конкретном пункте/разделе Приказа):
   * Социально-демографический таргетинг: «пол», «пол и возраст», «пол, возраст и уровень дохода».
   * Поведенческий ретаргетинг:
     + Поведенческий ретаргетинг с сайта заказчика  показ материалов осуществляется пользователям, ранее посещавшим веб-ресурсы заказчика, указанные заказчиком при заказе услуг (определение таких пользователей производится с помощью кода счетчика Яндекс.Метрики, установленного на данных веб-ресурсах заказчика, далее по тексту «код Яндекса»). Настройка возможна только в том случае, когда количество уникальных пользователей на сайте заказчика с нужным для выполнения настройки поведением составит не менее 20 000 (двадцати тысяч) человек за последние 30 (тридцать) дней до предполагаемой даты размещения материалов.
     + Поведенческий ретаргетинг с сервисов Яндекса  показ материалов осуществляется пользователям, ранее посещавшим разделы сервисов Яндекса: Маркет, Auto.ru, Недвижимость, Новости. Выбор конкретных разделов указанных сервисов осуществляется заказчиком по согласованию с Яндексом. Выполнение настройки возможно только в том случае, когда количество уникальных пользователей с нужным для выполнения настройки поведением составит не менее 20 000 (двадцати тысяч) человек за последние 30 (тридцать) дней до предполагаемой даты размещения материалов. При использовании поведенческого ретаргетинга с сервиса Яндекс.Маркет, ссылка с материалов заказчика должна вести на карточку товарного предложения на сервисе Яндекс.Маркет или на результаты поиска сервиса Яндекс.Маркет.
   * Сегменты сервиса «Аудитории». Сегмент создается заказчиком самостоятельно с использованием сервиса «Аудитории» (<https://audience.yandex.ru/>). Использование настройки возможно только в том случае, когда количество уникальных пользователей в сегменте/нескольких сегментах, загруженных заказчиком с использованием сервиса «Аудитории», составит не менее   
     20 000 (двадцати тысяч) человек. Остальные параметры (включая название сегмента/группы сегментов) сегмента и способы его использования определяются заказчиком самостоятельно посредством клиентского веб-интерфейса.
   * Поисковый ретаргетинг – настройка таргетинга по поисковым запросам пользователя по запросу заказчика. Возможность настройки «поисковый ретаргетинг» по выбору заказчика не гарантируется и определяется Яндексом с учетом достаточности целевой аудитории пользователей для оказания услуг в полном объеме.
   * Аудиторные интересы – настройка таргетинга на интересы аудитории по запросу заказчика. Возможность настройки «аудиторные интересы» по выбору заказчика не гарантируется и определяется Яндексом с учетом достаточности целевой аудитории пользователей для оказания услуг в полном объеме.
   * Light TV viewers  условие показа материалов, в соответствии с которым материалы показываются пользователям, которые по сведениям Яндекса, относятся к целевой группе с определенными социально-демографическими параметрами (аудитория пользователей мало смотрящих телевизор, менее 6 (шесть) часов в неделю). Целевая группа определяется Яндексом на основании анализа поведения пользователей в интернете с помощью технологии «[Крипта](http://company.yandex.ru/technology/crypta/)».
   * Heavy TV viewers – условие показа материалов, в соответствии с которым материалы показываются пользователям, которые по сведениям Яндекса, относятся к целевой группе с определенными социально-демографическими параметрами (аудитория пользователей много смотрящих телевизор, более 6 (шесть) часов в неделю). Целевая группа определяется Яндексом на основании анализа поведения пользователей в интернете с помощью технологии «[Крипта](http://company.yandex.ru/technology/crypta/)».
   * Таргетинг по категориям пользователей по запросу заказчика. Возможность настройки не гарантируется и определяется Яндексом с учетом достаточности целевой аудитории пользователей для оказания услуг в полном объеме.
   * Таргетинг на киноходящую аудиторию – это таргетинг на аудиторию пользователей, которые на сервисах Яндекса покупают билеты в кинотеатры, смотрят расписания кинофильмов, интересуются кинофильмами в прокате кинотеатров.
   * Локальный географический таргетинг  указанный вид таргетинга позволяет показывать материалы пользователям с определенным заказчиком географическим положением в рамках города/региона.
   * Тематика контента – условие показа материалов, в соответствии с которым материалы показываются пользователям, которые, по сведениям Яндекса, посещают веб-страницы в сети интернет с определённым содержанием (контентом). Целевая группа определяется Яндексом на основании анализа поведения пользователей в интернете, связанным с посещением веб-страниц сайтов в сети интернет однородного содержания (женский контент (мелодрамы, драмы, женские передачи и т. п.), мужской контент (боевик, триллер, спорт и т. п.), детский контент (мультики, детские песни и т.д.), семейный контент (комедии, семейные передачи и т. п.)).
   * Таргетинг по параметрам мероприятия, определяемым сервисом Яндекс.Афиша в автоматическом режиме. Возможность настройки не гарантируется и определяется Яндексом с учетом достаточности целевой аудитории пользователей для оказания услуг в полном объеме.
   * Настройки, применяемые только для показа материалов на мобильных устройствах и/или мобильных приложений (если применимо):
     + Операторы мобильной связи  показ материалов осуществляется только на смартфонах, телефонах и планшетах абонентов определенных операторов мобильной связи (при условии, что такие устройства позволяют отображать материалы соответствующего формата).
     + Мобильные операционные системы – показ материалов осуществляется только на смартфонах, телефонах и планшетах с определенными операционными системами. Показы осуществляются при условии, что такие устройства позволяют отображать материалы соответствующего формата.
     + Производители мобильных устройств – показ материалов осуществляется только на смартфонах, телефонах и планшетах определенных марок (при условии, что такие устройства позволяют отображать материалы соответствующего формата).
     + Тип соединения на мобильных устройствах – показ материалов осуществляется только на смартфонах, телефонах и планшетах с определенным типом подключения к интернету (2G, 3G, WiFi, Ethernet).
     + Настройка показа рекламно-информационных материалов (формат – баннер) потенциальным пользователям мобильных приложений заказчика. Такие пользователи определяются Яндексом автоматически с помощью технологии «Крипта» (<https://yandex.ru/company/technologies/crypta/>) на основании анализа их поведения в интернете.

* Кастомные таргетинги  условие показа материалов, в соответствии с которым материалы показываются пользователям, которые, по сведениям Яндекса, относятся к целевой группе аудиторных сегментов, построенных на эвристистических моделях поведения пользователей, определяемых в качестве целевых заказчиком под конкретную задачу. Целевая группа определяется Яндексом на основании анализа поведения пользователей в интернете с помощью технологии «Крипта».
* Таргетинг по параметрам погодные условия, определяемым сервисом Яндекс.Погода в автоматическом режиме. Возможность настройки не гарантируется и определяется Яндексом с учетом достаточности целевой аудитории пользователей для оказания услуг в полном объеме.
* Таргетинг по параметрам температура, определяемым сервисом Яндекс.Погода в автоматическом режиме. Возможность настройки не гарантируется и определяется Яндексом с учетом достаточности целевой аудитории пользователей для оказания услуг в полном объеме.
* Таргетинг по устройствам и ПО  показ материалов осуществляется на типах устройств по выбору заказчика  на:
* Компьютерах;
* Смартфонах;
* Компьютерах и планшетах;
* Смартфонах и планшетах;
* Компьютерах и смартфонах;
* Смартфонах и смарт ТВ;
* Компьютерах, смарт ТВ и смартфонах;
* Планшетах;
* Смарт ТВ;
* Компьютерах, смартфонах и планшетах;
* Смартфонах, планшетах и смарт ТВ;
* Компьютерах, планшетах, смартфонах и смарт ТВ.
* Таргетинг по жанрам музыкальных произведений:
* Таргетинг на жанр «Поп». Под жанором «Поп» понимается  pop, Estrada, latinfolk. Показ ролика на сайтах страниц сервиса Яндекс.Музыка и Яндекс.Радио после соответствующего музыкального произведения (песни) указанного жанра.
* Таргетинг на жанр «Рок». Под жанром «Рок» понимается  metal, punk, postrock, hardcore, ukrrock. Показ ролика на сайтах страниц сервиса Яндекс.Музыка и Яндекс.Радио после соответствующего музыкального произведения (песни) указанного жанра.
* Таргетинг на жанр «Электро\Танцевальная музыка». Под жанром «Электро\Танцевальная музыка» понимается  techno, disco, sport, dance, electronics, house, trance, dnb, dubstep, industrial, dub. Показ ролика на сайтах страниц сервиса Яндекс.Музыка и Яндекс.Радио после соответствующего музыкального произведения (песни) указанного жанра.
* Таргетинг на жанр «Легкая Музыка». Под жанром «Легкая Музыка» понимается  jazz, lounge, relax, classical, blues, conjazz, tradjazz, country, meditation, reggae, romances. Показ ролика на сайтах страниц сервиса Яндекс.Музыка и Яндекс.Радио после соответствующего музыкального произведения (песни) указанного жанра.
* Таргетинг на жанр «Шансон». Под жанром «Шансон» понимается  shanson, bard, rusbards. Показ ролика на сайтах страниц сервиса Яндекс.Музыка и Яндекс.Радио после соответствующего музыкального произведения (песни) указанного жанра.
* Таргетинг на жанр «Рэп». Под жанром «Рэп» понимается  rusrap, rap, rnb. Показ ролика после соответствующего музыкального произведения (песни) указанного жанра.

* Таргетинг на сети  показ материалов осуществляется на группе площадок, которые входят в рекламную сеть:
* РСЯ
* РСЯ мобильные приложения
* Яндекс.Почта
* Яндекс.Недвижимость
* Яндекс.Маркет
* Яндекс.Погода
* Яндекс.Музыка
* Яндекс.Телепрограмма
* Яндекс.Расписания
* Кинопоиск
* Авто.ру
* Другие сервисы Яндекса

* Сегменты провайдеров данных (DMP)  сегменты партнерских платформ управления данными (Data Management Platforms)  специализированных систем  поставщиков сегментированных данных. Сегменты выбираются заказчиком с помощью сервиса «Аудитории» (<https://audience.yandex.ru/>). Использование настройки в зависимости от конкретного сегмента, выбранного заказчиком, может быть бесплатным или платным. В случае если использование настройки является платным, стоимость использования настройки указывается на сервисе Яндекс.Аудитории (<https://audience.yandex.ru/>) и доступна заказчику при выборе сегмента. Стоимость использования настройки определяется отдельно от стоимости услуг по размещению медийных материалов.

Возможность использования конкретного сегмента, выбранного заказчиком, может быть прекращена DMP. В этом случае Яндекс направляет соответствующее уведомление заказчику за 30 дней до момента прекращения возможности использования сегмента. По истечении 30 дней после направления указанного уведомления размещение заказа медийных материалов, совершённого заказчиком с использованием соответствующего сегмента, приостанавливается.

* Таргетинг по направлениям полета  показ материалов осуществляется пользователям сервиса Яндекс.Авиабилеты при совпадении направления полета, заданного заказчиком и выбранного пользователем.

1. Если в описании условий размещения материалов явно не указано, что показ материалов осуществляется на мобильных устройствах, то материалы могут не показываться на местах размещения/сервисах, адаптированных для мобильных устройств.
2. В случае, если при расчете стоимости услуг по размещению материалов подлежат применению несколько коэффициентов, то данные коэффициенты применяются последовательно (перемножаются).
3. Приостановленное размещение заказа медийных материалов можно возобновить только в период действия сезонного коэффициента, примененного к данному приостановленному заказу при расчете стоимости услуг.
4. Неизрасходованная сумма по заказу, размещение которого остановилось за неделю и более до изменения сезонного коэффициента, может быть возвращена заказчику по его требованию, если между ним и Яндексом не будет достигнуто иное соглашение.
5. Сезонный коэффициент для всех услуг Яндекса, связанных с размещением материалов в сети Интернет (если иное не оговорено в настоящем Приказе и/или в Маркетинговой политике ООО «ЯНДЕКС» на 2023 год):

|  |  |
| --- | --- |
| **Месяц** | **Коэффициент** |
| Январь | 0,7 |
| Февраль | 0,8 |
| Март | 1 |
| Апрель | 1 |
| Май | 1 |
| Июнь | 1 |
| Июль | 1 |
| Август | 1 |
| Сентябрь | 1,3 |
| Октябрь | 1,3 |
| Ноябрь | 1,3 |
| Декабрь | 1,3 |

1. Если в описании условий размещения материалов явно не указано иное, геотаргетинг устанавливается на всю Россию.
2. Услуги по размещению медийных материалов оказываются на условиях, изложенных в документе «Порядок размещения материалов на интернет-медийных позициях Яндекса», выложенном в открытом доступе в сети Интернет по адресу: <https://yandex.ru/legal/media_procedure/>.
3. Стоимость размещения на медийных позициях, указанных по ссылке <https://yandex.ua/adv/prices>, согласовывается между Яндексом и заказчиком в каждом случае отдельно.
4. Для целей настоящего документа (где применимо) под форматом материалов «100% \* Х пикселов» подразумевается такой формат материалов, при котором на 100% ширины экрана пользователя показывается материал размером «Х пикселов». Для целей настоящего пункта «Х пикселов» означает высоту баннера в пикселах, актуальную для соответствующего формата материала.
5. В случае, если заказчик будет форматировать материалы в формате HTML5, такие материалы должны соответствовать требованиям, изложенным в документе «Баннеры HTML5. Требования к рекламным материалам», выложенном в открытом доступе в сети Интернет по адресу: <https://yandex.ru/adv/requirements/html5> .
6. При выборе заказчиком принципа размещения медийных материалов «аукцион» ему доступны стратегии для настройки показов его материалов, доступные в открытом доступе в сети Интернет по адресу: <https://yandex.ru/adv/products/materials/strategies> .
7. Если применимо, материалы должны соответствовать требованиям, изложенным в документе «Общие правила создания материалов для сервиса Яндекс.Афиша для рекламодателей», размещенном в сети Интернет по адресу: <https://yandex.ru/adv/requirements/afishareq>.
8. При оказании услуг, связанных с размещением медийных материалов, заказчику по усмотрению Яндекса может быть предоставлена скидка в размере стоимости недействительных (недобросовестных или ошибочных) показов, выявленных в отчетных периодах, следующих за отчетным периодом, в котором были осуществлены такие показы. Указанная скидка не выплачивается заказчику (в том числе в случае расторжения договора) и может быть использована заказчиком только посредством размещения материалов в формате медийных материалов на сумму предоставленной скидки. Скидка предоставляется заказчику, с которым в момент ее предоставления заключен договор, в рамках которого услуги полностью не оказаны, либо (при отсутствии такого договора)  заказчику, которому были оказаны услуги по договору, прекратившему свое действие перед предоставлением скидки. Указанный заказчик гарантирует Яндексу соблюдение всех предусмотренных Яндексом требований в отношении услуг, связанных с размещением материалов на сумму такой предоставленной скидки. Оказание услуг на сумму предоставленной скидки подтверждается данными статистики Яндекса, доступными заказчику в клиентском веб-интерфейсе.
9. При оказании услуг заказчику могут быть предоставлены скидки, предусмотренные Скидочной политикой Яндекса, опубликованной в открытом доступе в сети Интернет по адресу: <https://yandex.ru/adv/discount-context> .
10. Данные (включая обезличенные данные о пользователях сервисов Яндекса), полученные заказчиком в связи с исполнением договора, заключённого между Яндексом и заказчиком, в том числе полученные от третьих лиц (включая третьих лиц — партнёров Яндекса в области верификации сведений о размещении материалов заказчиком), могут быть использованы заказчиком только для целей исполнения указанного договора и не могут в каком-либо виде быть переданы заказчиком любым третьим лицам.

В случае нарушения заказчиком положений настоящего пункт, заказчик по требованию Яндекса выплачивает Яндексу штраф в размере 1 000 000 (один миллион) рублей. Оплата штрафа осуществляется заказчиком не позднее 15 (пятнадцати) календарных дней с момента предъявления Яндексом соответствующего требования.

24. Яндекс вправе периодически в целях повышения качества оказываемых Услуг, а также разработки новых предложений для рекламодателей проводить эксперименты, в рамках которых могут быть изменены, включая, но не ограничиваясь, место отображения существующих форматов, а также их внешний вид.