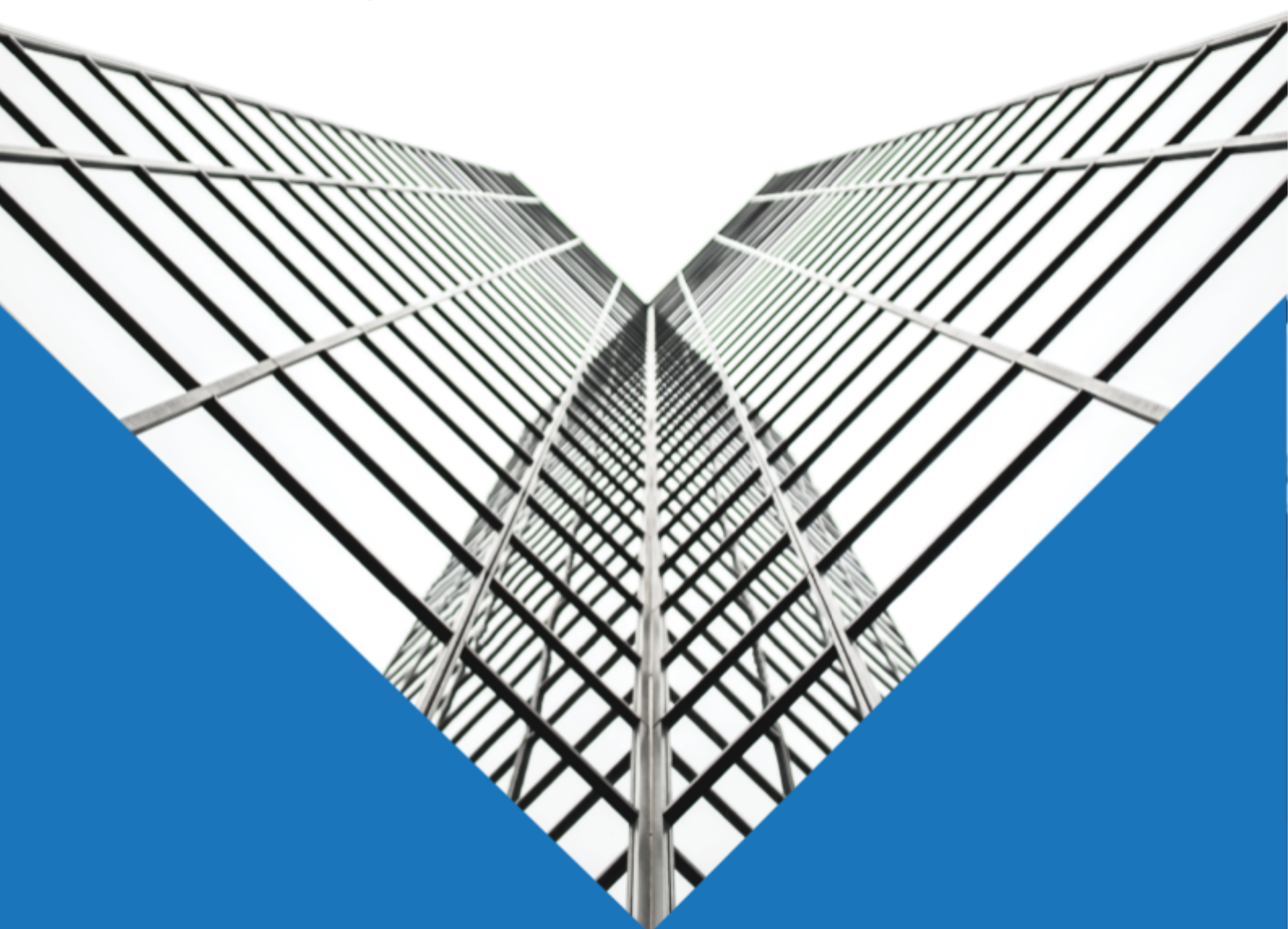




AdEx



AdEx: децентрализованная рекламная биржа

WHITEPAPER

Иво Георгиев, Димо Стоянов, Ванина Иванова

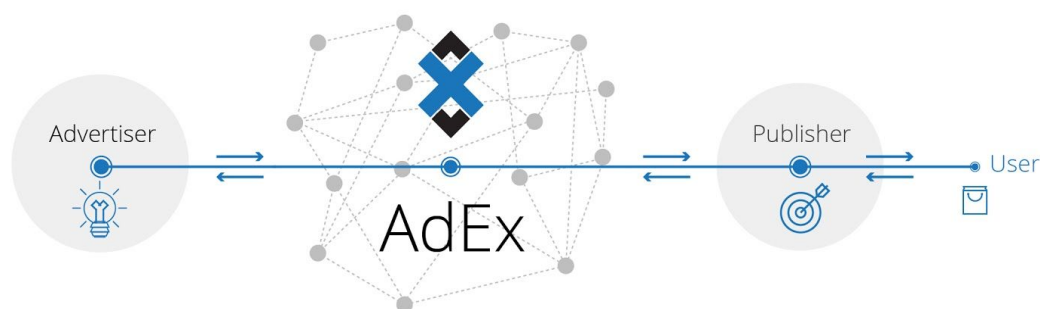
Резюме

Команда AdEx создаёт основанную на технологии блокчейн биржу онлайн-рекламы нового поколения. Наша цель — разработка интуитивно понятной и прозрачной рекламной платформы.

Мы стремимся изменить существующий ландшафт онлайн-рекламы и решить важные проблемы, которые в нём существуют: мошенничество в сфере рекламы, вопрос приватности и согласия на получение рекламных сообщений и использование блокировщиков рекламы. Учитывая, что онлайн-реклама превосходит все прочие рекламные медиа-площадки, и на неё приходится около 40% всех средств, расходуемых на маркетинг в 2017 году, мы видим необходимость инноваций в этой области.

Мы уверены, что способны предоставить рекламодателям и вебмастерам платформу, которая будет безопасной, прозрачной и выгодной для всех сторон, вовлечённых в рекламный рынок, включая обычных пользователей.

Наш опыт в области разработки ПО, блокчейна, криптографии, видеостриминга и онлайн-рекламы даёт нам уверенность в том, что мы сумеем создать рекламную биржу, которая превзойдёт все существующие в мире решения.



Содержание

Резюме	2
Содержание	3
Введение	4
Команда	5
Деловая составляющая	6
Проблема №1: Отсутствие согласия потребителей	7
Проблема №2: Приватность и злоупотребление данными	7
Проблема №3: Низкая прозрачность торгов	8
Проблема №4: Неточное или неверное представление результатов	8
Проблема №5: Рекламное мошенничество	9
Проблема №6: Адблокеры и рекламная слепота	9
Проблема №7: Центральное регулирование	10
Проблема №8: Ограничения платёжных возможностей	11
Проблема №9: Расфокусированность	11
Итоги	11
Конкурентная среда	12
Традиционные рекламные сети	12
Децентрализованные решения для рекламы	12
Принятие AdEx	13
Токен	14
Технология	15
Дорожная карта	17
Этап 1: Изыскания	17
Этап 2: Распродажа токенов	17
Этап 3 - Прототип	17
Этап 4 - Продвижение и развитие	18
Этап 5 - AdEx V2	18
Wings DAO	19
Краудсейл	19
Распределение средств	20
Условия	20
Распределение токенов ADX	20
Баунти-программа	21
Список литературы	22

Введение

AdEx — децентрализованная рекламная биржа, основанная на блокчейне Ethereum и смарт-контрактах. В её сети основное внимание уделяется индустрии развлечений, в частности сервисам видеостриминга. Платформа AdEx создана для того, чтобы заменить собой традиционные модели цифровой рекламы, предложив прозрачное и сфокусированное решение, которое позволит эффективно сотрудничать рекламодателям и вебмастерам, а также обеспечит наилучший таргетинг.

Основной особенностью AdEx является так называемый AdEx User Profile — личная страница, позволяющая конечному пользователю контролировать какую рекламу ему показывают. Передача власти в руки простых пользователей даёт неоспоримое преимущество для рекламодателей: пользователи сами будут предоставлять больше информации о своих предпочтениях, покупательском поведении, привычках и предпочтениях. Это значит, что благодаря AdEx Profile рекламодатели смогут с хирургической точностью планировать таргетинг, и обеспечат высокую окупаемость рекламы.

Технология AdEx использует лучшие особенности блокчейна и смарт-контрактов, чтобы избавиться от избыточной сложности и сумбура, свойственных нынешним рекламным сетям. Сеть управляется пользователями и только пользователями, благодаря чему решаются наиболее распространённые проблемы рекламодателей: низкая прозрачность и неточная/неверная отчётность по результатам рекламных кампаний.

Команда

Разработкой AdEx занимается та же команда, что создала видеохаб Stremio, аудитория которого выросла до 3+ миллионов пользователей менее, чем за два года.

Под руководством Иво Георгиева и Димо Стоянова команда использует свой обширный опыт в разработке ПО, криптографии и блокчейна, видеостриминга, маркетинга и онлайн-рекламы. Все эти знания и профессиональный опыт обеспечивают успех AdEx.



Иво Георгиев

Сооснователь и CEO



Димо Стоянов

Сооснователь и COO



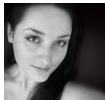
Ванина Иванова

Рекламные технологии



Штеряна Шопова

Эксперт по безопасности



Алеся Иванова

Дизайнер



Иво Паунов

Разработчик



Джихан Ву

Консультант



Стас Оскин

Технический консультант



Себастьян Штрупурач

Стратегический консультант



Гай Корем

Стратегический
консультант



Доминик Зайнис

Консультант по маркетингу



Лион Зайсман

Юридический консультант



Никола Стоянов

Бизнес-консультант



Владислав Драмалиев

Коммьюнити-консультант



Винсент Чжоу

Стратегический консультант
по Китаю

Консультантом AdEx является децентрализованная платформа для краудфандинга Wings, которую недавно признали одним из лучших финтех-стартапов по версии [CoinTelegraph](#). Wings играет ключевую роль как в качестве консультанта проекта AdEx, так и в обеспечении платформы для краудсейла.

Также команду поддерживает Bitmain Technologies, мировой лидер технологий криптовалютного майнинга. В 2015 году Bitmain сделали крупную инвестицию в платформу Stremio.

В партнёрстве с:

BITMAIN



Деловая составляющая

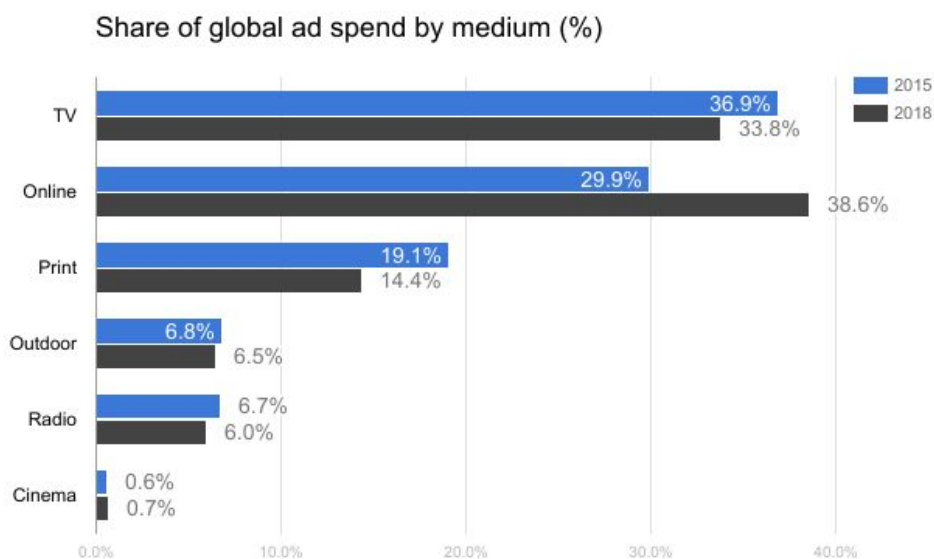
Зачем мы разрабатываем AdEx Network? Мы создаём токен влияния, который решает нынешние проблемы онлайн-рекламы

Рекламные и маркетинговые инвестиции испытывают экспоненциальный рост по всему миру, и с прошлого года стал заметным сдвиг в важности различных рекламных сред. До недавних пор главным инструментом рекламщиков было телевидение, но сейчас фокус постепенно смещается в сторону онлайн и цифровых каналов.

В 2017 году расходы на онлайн-рекламу впервые превзойдут расходы на телевизионную. В отчёте “Прогнозы о расходах на рекламу”, выпущенном Zenith, предсказывается средний рост интернет-рекламы на 14% в период с 2015 по 2018 годы.

В отчёте предполагается, что к 2018 году на интернет будет приходиться 38,6% всех рекламных расходов. Ожидается, что в одном только 2018 году рекламодатели потратят более \$220 миллиардов, что на 11,7% превосходит ожидания для 2017 года (\$198,8 миллиардов).

Несмотря на такой быстрый рост, индустрия онлайн-рекламы страдает от огромного количества проблем. Мы определили, что именно тормозит её развитие сильнее



всего.

Источник: Zenith

Проблема №1: Отсутствие согласия потребителей

Хотя популярные рекламные платформы, вроде тех, что предлагают Google и Facebook, предполагают некоторую степень осведомлённого согласия пользователей на просмотр рекламы, их функционал достаточно ограничен. Более того, он прямо связан с параметрами таргетирования в каждой рекламной кампании: если рекламодатель ошибётся при их определении, то рекламу будут видеть люди, которым она вовсе неинтересна, и которые, возможно, вообще не захотят на неё смотреть.

Решение: The AdEx Profile

Как уже говорилось ранее, любой пользователь, которому AdEx показывает рекламу, будет иметь собственный профиль, где может сколь угодно точно описывать свои интересы и предпочтения. Этот профиль гарантирует, что потребители будут видеть

исключительно релевантную рекламу. Для рекламодателей же это будет значить более точное таргетирование, меньше возможностей ошибиться при задании параметров, и более высокие коэффициенты конверсии.

Проблема №2: Приватность и злоупотребление данными

Крупные рекламные сети и биржи работают с огромными объемами централизованных данных, которые легко связать с личностями пользователей. Несмотря на дисклеймеры, потребитель не имеет представления о целях, для которых используются его данные, что угрожает его онлайн-приватности, и с чем он ничего не может поделать.

Решение: блокчейн обеспечивает анонимное использование big data

Технология блокчейн, используемая AdEx, позволяет анонимизировать большие массивы данных, поэтому использоваться они могут только для статистических целей. Попросту говоря, с помощью блокчейна рекламодатели по-прежнему смогут получать и обрабатывать данные о целевых аудиториях и пользователях в форме статистических сводок, и приватность пользователей не будет нарушена.

Проблема №3: Низкая прозрачность торгов

Существующие ныне платформы торгов в реальном времени (RTB) не дают никаких данных о ставках. Это значит, что рекламодателю просто сообщают максимальную ставку на конкретную рекламную собственность, и не дают никакой возможности удостовериться в этом.

Решение: децентрализованная биржа, которую можно проверять

Благодаря тому, что AdEx основана на блокчейне, рекламодатели смогут легко отследить любой клик или просмотр и подтвердить для себя любой компонент кампании (участников, размещение рекламы, показы, клики, и т.д.). Данные эти будут децентрализованы, поэтому биржа не сможет их утаить или манипулировать ими. Таким образом, рекламодатели будут платить только за реальные результаты.

Проблема №4: Неточное или неверное представление результатов

Отчет о результатах онлайн-компании — это ночной кошмар для любого рекламодателя и маркетолога. Каждая рекламная сеть использует разные метрики — одни отчитываются о количестве кликов, другие — о сессиях, третьи подробно расписывают незасчитанные клики, а другие о них не упоминают, и так далее. Это не даёт рекламодателям возможности перепроверить все данные и результаты, а также исключает возможность общего KPI для всех сетей и точной оценки дохода с расходов на рекламу.

Решение: единая форма отчетности в реальном времени

Блокчейн предоставляет универсальный набор данных, которые может понять и использовать для анализа любой рекламодатель. Кроме того, AdEx будет генерировать отчеты в реальном времени (существующим сетям нужно как минимум несколько часов, чтобы собрать все данные и показать их рекламодателям). Таким образом, рекламодатели смогут быстро отслеживать тенденции и вносить соответствующие изменения в кампании. С предоставлением данных в реальном времени они также смогут проверить, правильно ли отлажена и настроена кампания.

Проблема №5: Рекламное мошенничество

Большой недостаток нынешней рекламной экосистемы состоит в том, что она позволяет рекламным сетям, рекламодателям и злоумышленникам совершать акты мошенничества. Согласно отчётам рекламного агентства The&Partnership и аудиторской компании Adloox, в 2017 году бренды понесут убытки в размере \$16,4 миллиардов из-за рекламного мошенничества (ботов, exploits в рекламных сетях и т.д.).

Проблема рекламного мошенничества волнует и вебмастеров. Глобальные цепочки медиапоставок также требуют изменений из-за необходимости в прозрачности просмотров рекламы, надёжных метриках, соответствии требованиям и общих стандартах для рекламодателей.

Решение: Антимошеннические механизмы AdEx

AdEx даст рекламодателям технические механизмы для отслеживания и предотвращения мошенничества и накрутки трафика. В сочетании с прозрачностью, предоставлением данных в реальном времени и возможностью аудита, которые обеспечиваются блокчейном, эта технология позволяет создать платформу, на которой рекламодатели будут точно знать, сколько и почему они платят за размещение рекламы.

Проблема №6: Аdbлокеры и рекламная слепота

В 2016 году использование адблокеров выросло на 30%. Во всём мире на 615 миллионах устройств установлено ПО, которое блокирует рекламу, причём 308 миллионов этих устройств являются мобильными гаджетами. Пользователи осознанно устанавливают блокировщики, так как устают от слишком навязчивой или нерелевантной рекламы.

Кроме того, пользователи склонны к рекламной слепоте, то есть сознательному или подсознательному игнорированию любой визуальной информации, которая напоминает рекламный баннер. Эти два явления приводят к потерям прибыли для рекламодателей, так как они не могут донести свой месседж до нужной аудитории.

Решение: Умная и осмысленная реклама, которую приятно смотреть

AdEx будет показывать ненавязчивую рекламу с точным таргетированием. Таким образом, конечные пользователи будут видеть рекламу, которая содействует их потребительским привычкам, а не раздражает. Биржа также предложит рекламодателям выбрать для своей рекламы визуальное оформление, которое максимально напоминало бы нативный контент.

Проблема №7: Центральное регулирование

Большинство существующих рекламных бирж регулируются централизованно, зачастую гигантами вроде Facebook и Google. Хотя у этого есть свои преимущества,

это всё же накладывает огромные ограничения на рынок, и в сущности создаёт запретительную авторитарную среду. Нередко рекламные кампании, а то и рекламодатели и вебмастера, безосновательно блокируются, не имея почти никакой возможности оспорить это решение, а тем более сделать это быстро. Эти ограничения, однако, никак не мешают появляться мошенническим или заражённым вирусами рекламным объявлениям, что случается даже на Facebook или AdSense.

Решение: Пользовательское управление

В AdEx отделять зёрна от плевел будут именно пользователи. Сила краудсорсинга достаточно себя проявила в последние годы, и утверждение, что “клиент всегда прав” никогда не было более верным, чем сейчас. Более того, мы верим, что позволив пользователям самостоятельно отфильтровывать плохую рекламу, можно принести пользу общей конверсии, а значит, и рекламодателям с вебмастерами.

Проблема №8: Ограничения платёжных возможностей

Все существующие рекламные сети требуют, чтобы рекламодатели пользовались верифицированными платёжными методами вроде банковских счетов, кредитных карт и т.д. Тем не менее, для многих рекламодателей, в особенности малых предприятий в развивающихся странах, это может быть проблемой.

Решение: Криптовалюта

Блокчейн и использование криптовалюты позволяют буквально каждому пользоваться рекламными возможностями для развития своего бизнеса.

Проблема №9: Расфокусированность

Обычные рекламные сети и биржи играют роль посредников между рекламодателями и провайдерами рекламных инструментов, и зачастую обслуживают слишком разные группы в обеих категориях. В результате часто возникают проблемы с неправильным форматом рекламы, ошибочным таргетированием и т.д.

Решение: Фокусирование на нишевой отрасли

У команды AdEx есть обширный опыт в области video-on-demand и видеостриминга. Именно поэтому сеть изначально будет работать с вебмастерами, которые занимаются исключительно видеоконтентом. Мы хорошо знакомы с этим рынком и знаем, как сделать рекламу выгодной для всех заинтересованных сторон. Это, впрочем, не исключает возможности того, что AdEx привлечёт и другие типы вебмастеров в будущем (см. AdEx V2 в разделе “Дорожная карта”), или создаст подразделения AdEx, каждое из которых будет заниматься собственной нишей.

Итоги

Как можно видеть, в нынешней индустрии онлайн-рекламы многое нуждается в улучшении. Это значит, что пришло время для мощного прорыва и фундаментального изменения ландшафта всей индустрии. Именно это и намерена сделать AdEx.

Благодаря новым решениям **рекламодатели** смогут вернуть себе власть над своими рекламными расходами, ограничить риски, связанные с мошенничеством, и смогут повысить прибыли от расходов на рекламу.

Вебмастера выиграют от возросшего интереса со стороны рекламодателей, большего количества таргетированных рекламных показов и более высокого уровня удовлетворённости пользователей, что в конечном итоге повысит их доход от рекламы.

И, наконец, **конечные пользователи** получают онлайн-среду, где смогут получать индивидуальную и точно таргетированную рекламу, не жертвуя своей приватностью и личными данными.

Конкурентная среда

Традиционные рекламные сети

На рынке имеются сотни традиционных рекламных сетей, глобальных и местных. Тем не менее, Google и Facebook являются основными игроками. У обеих компаний есть собственные рекламные сети, популярные у рекламодателей из-за огромных объёмов данных о пользователях, которые собирают эти компании.

Тем не менее, будучи рекламными гигантами, эти сети делают очень мало, чтобы радовать рекламодателей. Они предлагают неясные отчёты, которые легко истолковать превратно, а также налагают множество ограничений на предмет и методы рекламы. Более того, эти сети оставляют широкие возможности для мошенничества, и в итоге рекламодатели рискуют понести огромные убытки.

Децентрализованные решения для рекламы

В недавнем прошлом было объявлено о нескольких сходных проектах, связанных с использованием смарт-контрактов в рекламе: Basic Attention Token (BAT) от Brave Software, NASDAQ's NYIAX, qChain, adChain. Хотя все эти проекты разрабатываются достойными командами, правда заключается в том, что все мы сейчас на неизведанных берегах. По этой причине столь важно иметь превосходное понимание криптографии и рекламных технологий, а также сохранять максимальную открытость в смысле доступности платформ и устройств.

Кроме этого, чем больше есть децентрализованных решений для рекламы, тем больше будет точек зрения на решение проблем нынешней системы, и тем большему разным сети смогут друг у друга научиться. Таким образом, мы все вместе сможем создать эффективную и дружелюбную экосистему.

Наконец, некоторые из этих решений имеют определённые ограничения. Так, BAT может использоваться только в браузере Brave, NYIAX работает только с финансовой отраслью, и так далее. Это всё негативно влияет на степень и скорость их распространения.

Мы рады тому, что у нас есть конкуренты, так как это побуждает нас создать превосходящий всех остальных продукт. Конкуренция – это здоровое явление, которое идёт во благо всей рекламной экосистеме.

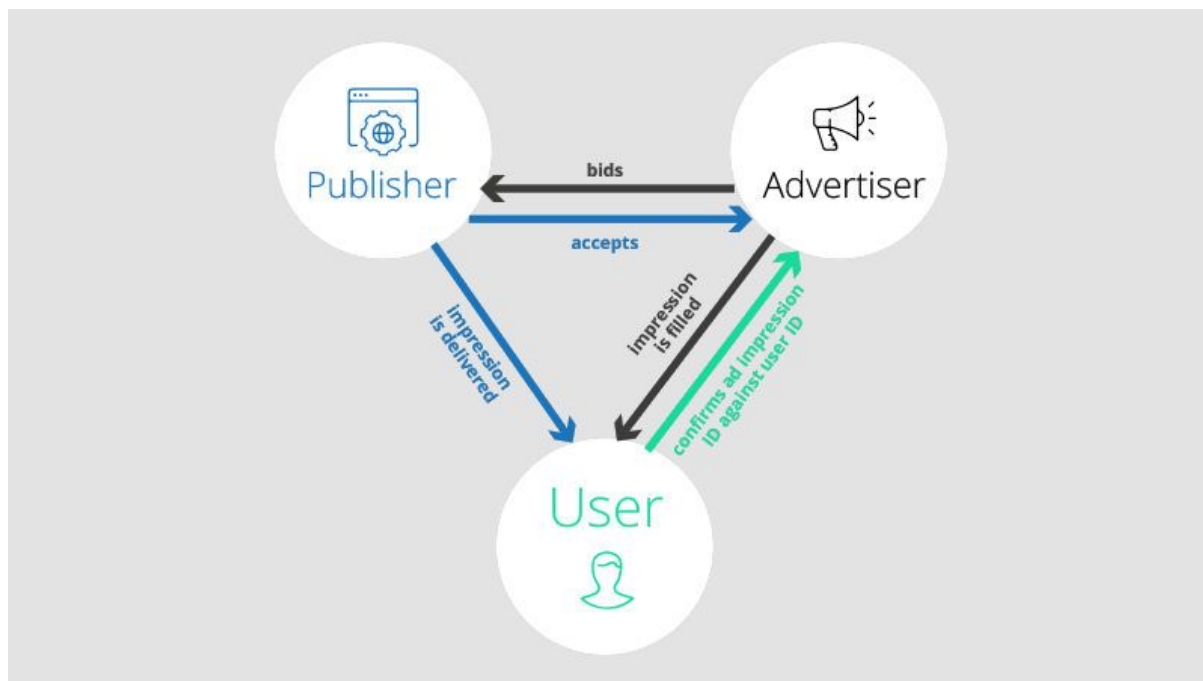
Принятие AdEx

Когда AdEx будет полностью запущена, Stremio будет первым вебмастером платформы. Наш опыт в области индустрии развлекательного видеоконтента позволит нам быстро привлечь других вебмастеров, которые ищут эффективный способ монетизации. Рекламодателей будут привлекать достоинства платформы – ясная и чёткая информация, почти полное отсутствие возможности мошенничества, кроссплатформенная доступность, превосходное таргетирование и т.д.

Помимо этого, держатели токенов AdEx будут иметь мотивацию привлечь ещё больше рекламодателей на платформу, так как будут получать прибыль от эффективной работы рекламного рынка.

Также мы вложим большие усилия в работу с провайдерами адблокеров, чтобы AdEx была помещена в белый список. Мы уверены, что наши усилия увенчаются успехом, так как AdEx будет ассоциироваться с чистой, таргетированной и осмысленной

рекламой, и предложит адблокерам опцию монетизации наград за помещение в белый список через смарт-контракты.



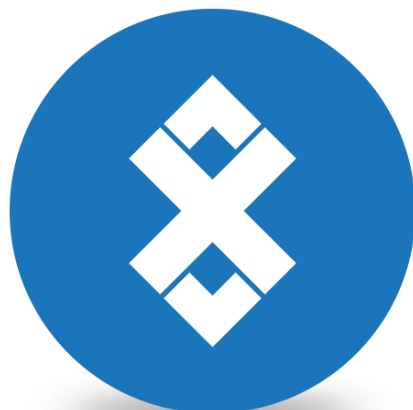
Как работает AdEx

Токен

В рамках экосистемы AdEx для продажи или покупки рекламного места/времени будет использоваться токен AdEx (ADX).

Рекламодатели смогут создавать рекламный продукт и размещать на него заявки, задавая цену в токенах ADX. Они смогут заказывать конкретное количество показов, кликов и конверсий (например, регистраций, покупок и т.д.). Когда вебмастер примет заявку, токены будут заморожены, пока вебмастер не докажет, что задача выполнена. Когда же это произойдёт, токены будут переведены на баланс вебмастера.

Некоторые действия в сети будут стимулироваться созданием дополнительных токенов, которые будут переводиться тому, кто совершил данное действие. Это обеспечит медленную инфляцию токена “по требованию”, чтобы в обороте оставалось достаточно токенов для здоровой и эффективной работы сети.



Технология

Сам токен AdEx (ADX) будет основан на Ethereum, блокчейн-платформе для распределённых вычислений. Ethereum позволяет использовать смарт-контракты, распределённые программы, облегчающие выполнения контрактных обязательств в интернете с использованием криптографической защиты.

Ethereum работает с открытым кодом и используется такими организациями, как JP Morgan, Deloitte, IBM, Santander Bank, Microsoft, the Luxembourg Stock Exchange и Toyota.

Смарт-контракты — это то, что позволяет AdEx быть действительно прозрачной и децентрализованной рекламной биржей. По сути они являются программами, которые запускаются на распределённом публичном реестре, тем самым обеспечивая надёжный и прозрачный результат, которым нельзя манипулировать.

Эта технология также гарантирует, что в AdEx будет ликвидирована необходимость в посредниках и центральном органе управления, которому необходимо доверять: благодаря смарт-контрактам сложный процесс выбора и отслеживания рекламы, а также оплаты и заказов можно описать в самом контракте, при этом продолжая его работу в распределённой сети Ethereum и пользуясь преимуществами блокчейна.

Токен ADX соответствует стандарту ERC20, который является стандартным для смарт-контрактов с токенами. Это гарантирует совместимость токена с кошельками Ethereum и простоту работы с ним.

Другим ключевым компонентом AdEx является хранение данных. Поскольку хранить их на блокчейне достаточно дорого, AdEx будет использовать IPFS для хранения рекламных медиафайлов (изображений, видео и метаданных).

IPFS это проект с открытым кодом, который с 2014 года разрабатывается Protocol Labs при участии опенсорс-сообщества. Он также является децентрализованным и распределённым, но рассчитан именно на хранение файлов.

AdEx позволит пользоваться и файлами, хранящимися в существующей инфраструктуре (например, CDN), чтобы обеспечить совместимость с нынешней рекламной индустрией, при этом не жертвуя прозрачностью и эффективностью решения.

Хотя Ethereum испытывает некоторые трудности с масштабированием, талантливая команда этого проекта прикладывает серьёзные усилия к их разрешению.

Мы планируем использовать каналы состояний Ethereum для быстрого взаимодействия между вебмастерами и рекламодателями без ограничений, связанных со скоростью или комиссиями блокчейна Ethereum.

Кроме того, AdEx может впоследствии использовать IOTA как надстройку второго уровня на Ethereum, чтобы обеспечить ещё большую масштабируемость.

В будущем AdEx, возможно, будет работать на других платформах смарт-контрактов, таких как RSK (на основе блокчейна биткоина) или Aeternity (которая работает быстро и отлично масштабируется).

В том, что касается архитектуры, AdEx разработан так, чтобы быть совместимым с большинством существующих решений для современных рекламных технологий, что существенно облегчает принятие со стороны вебмастеров и рекламодателей. AdEx можно использовать на сайтах, мобильных и компьютерных приложениях, и даже на встроженных устройствах.

Дорожная карта



Этап 1: Исследования: закончен

Июнь 2016 - Июнь 2017

На этом этапе проводились изыскания относительно релевантности децентрализованной и прозрачной рекламной сети. Мы работали в тесном сотрудничестве с WINGS Foundation и другими консультантами, пока не пришли к нынешней концепции и не собрали соответствующую команду.



Этап 2: Распродажа токенов

Июнь 2017 - Июль 2017

На этом этапе выпускается первый смарт-контракт AdEx и объявляется о появлении токена ADX, который будет запущен при участии WINGS.

Будет проведён краудсейл, в рамках которого на продажу будет выставлено 80% всех токенов ADX. Оставшиеся будут распределены между командой, консультантами, баунти-программой и WINGS DAO.

Краудсейл необходим для финансирования разработки прототипа и продвижения проекта на начальном этапе.



Этап 3 - Прототип

Июль 2017 - Февраль 2018

Первый прототип AdEx будет выпущен не раньше февраля 2018 года. В нём будет реализована базовая система торгов с фронт-эндом для рекламодателей и вебмастеров, а также SDK для вебмастеров.

Прототип будет фокусироваться на нативной рекламе и показах.

Он будет с абсолютно открытым исходным кодом и пройдёт независимый аудит.



Этап 4 - Продвижение и развитие

Февраль 2018 - Январь 2019

На этом этапе проект сосредоточится на развитии предприятия. Разработка ПО будет руководствоваться нуждами рынка и фидбеком. Также мы будем продвигать массовое принятие системы AdEx.

На данном этапе будут реализованы значительные улучшения в системе таргетинга и предоставления данных.

Также мы планируем существенно поработать над опытом пользователя, в основном в направлении как можно более быстрой интеграции SDK.

Кроме этого, на этом этапе мы реализуем другие формы рекламы (например, видео).



Этап 5 - AdEx V2

С января 2019

AdEx V2 будет технологической перезагрузкой всей системы с фокусом на масштабируемости, так как к этому времени AdEx будет использоваться всё большими количествами рекламодателей и вебмастеров.

На этом этапе AdEx может перейти и на другие блокчейны, такие как RSK и Aeternity.

Wings DAO

AdEx привлекла к сотрудничеству WINGS Foundation, разработчиков WINGS DAO, с целью эффективно обеспечить сбор средств для AdEx среди максимального количества участников.

WINGS DApp работает на Ethereum и позволяет тысячам участников просматривать собирающий средства проект, оставлять свои замечания и проходить оценку с помощью искусственного интеллекта, обученного множеством криптоэкспертов.

WINGS позволит AdEx лучше оценить свои финансовые нужды и минимизировать количество выпускаемых токенов исходя из необходимого бюджета, при этом привлекая криптоэкспертов WINGS DAO для максимизации количества сторонников проекта, которые могли бы быть евангелистами AdEx и тем самым способствовать его более быстрому продвижению на рынке. 2% всех токенов ADX будут предоставлены WINGS DAO в качестве вознаграждения для участников кампании.

Краудсейл

Краудсейл проводится для финансирования начальной разработки и продвижения сети AdEx.

Он будет проводиться на смарт-контрактах **Ethereum**, а аудит и платформа будут предоставлены **WINGS**.

Краудсейл начнётся 30 июня и закончится 30 июля 2017 года, либо когда будет достигнут верхний предел в 40,000 ETH.

В рамках кампании будут приниматься только ETH. Адрес будет объявлен на <https://tokens.adex.network> за несколько дней до начала краудсейла.

Курс обмена составит 1 ETH = 900 ADX. Также будет 30% бонус для участников первого дня (1 ETH = 1170 ADX) и 15% для участников первой недели (1 ETH = 1035 ADX).

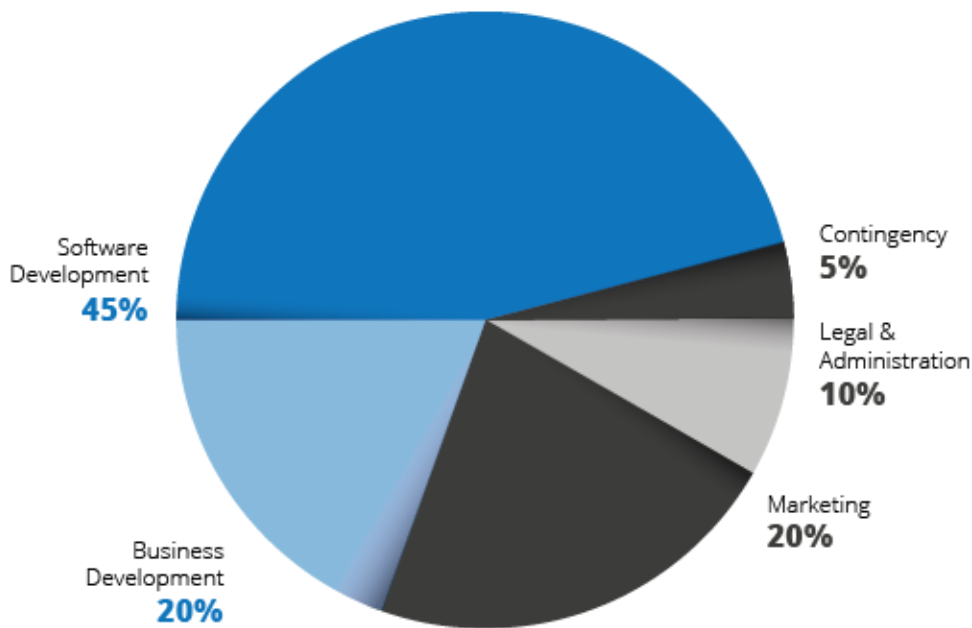
Токены можно будет пересылать сразу после завершения краудсейла.

Целью кампании является сбор 40 000 ETH. По достижении этой суммы токены сразу же станут доступными для пересылки.

Оставшаяся часть токенов будет храниться на адресах AdEx Fund, и будет заблокирована на 24 месяца с клифом 6 месяцев, и в будущем будут использованы

для развития компании, операционных расходов и привлечения рекламодателей (см. [Распределение токенов ADX](#)).

Распределение средств



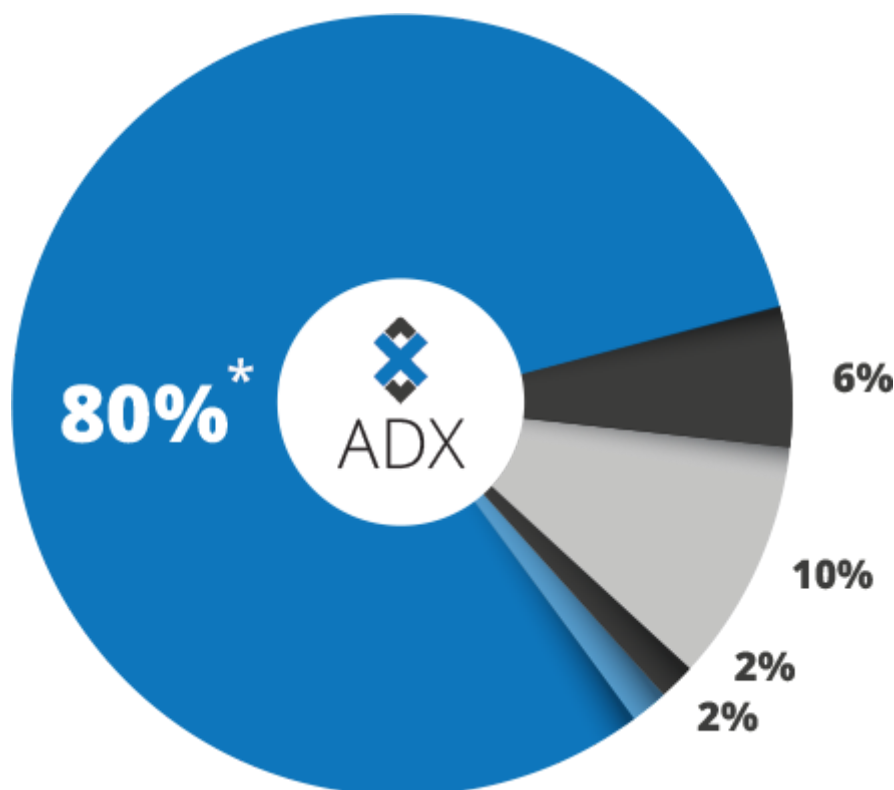
- **Разработка ПО: 45%** бюджета под управлением команды разработчиков AdEx будут потрачены на финансирование разработки прототипа и внесение необходимых улучшений для продвижения и принятия. Сюда же входят затраты на независимый аудит.
- **Развитие компании: 20%** потребуется на развитие проекта, привлечение новых вебмастеров и рекламодателей. Для этого потребуются специалисты по бизнес-девелопменту и рекламным технологиям.
- **Маркетинг: 20%** бюджета будет израсходовано на продвижение AdEx, привлечение внимания и большого количества опенсорс-разработчиков, а также создание коммьюнити вокруг проекта
- **Юридические вопросы и управление: 10%**, большая часть которых пойдут на создание юридической базы для сети AdEx. Меньшая часть пойдёт на управление и отчётность.
- **Непредвиденное: 5%** откладываются на незапланированные расходы.

Распределение токенов ADX

Всего будет создано 100,000,000 токенов ADX.

- **10%** предназначены для команды AdEx, и будут заблокированы на 12 месяцев с клифом 3 месяца

- **6%** предназначены для консультантов AdEx, и будут заблокированы на 12 месяцев с клифом 3 месяца
- **2%** на WINGS DAO — работы, оценка, продвижение
- **2%** на баунти-программу (например, за перевод whitepaper).
- **80%** доступны для покупки во время краудсейла



* - Из-за наличия верхнего предела не все токены будут проданы во время изначального краудфандинга.

Оставшиеся токены будут храниться на адресе AdEx Fund с блокировкой на 24 месяца с клифом 6 месяцев, и затем будут использованы AdEx для покупки ADX из децентрализованных приложений AdEx, что облегчает процесс привлечения рекламодателей в период набора популярности платформой.

Баунти-программа

Чтобы потребовать награду, связанную с Facebook, Twitter, Slack и другими каналами, посетите <https://bounty.adex.network>.

Всего для баунти-программы будет выделено **2 000 000** токенов.

- **150 000 ADX** переводчикам
- **200 000 ADX** на кампанию с подписями на bitcointalk
- **125 000 ADX** на кампанию в Facebook

- **125 000 ADX** на кампанию в Twitter
- **150 000 ADX** за вступление в каналы Slack/Telegram
- **1 250 000 ADX** на дополнительные награды

Список литературы

1. Lara O'Reilly, Business Insider. [Ad blocker usage is up 30% — and a popular method publishers use to thwart it isn't working](#)
2. Lucy Handley, CNBC. [Businesses could lose \\$16.4 billion to online advertising fraud in 2017: Report](#)
3. Rochelle Burbury, B&T Australia. [Global Online Ad Spend To Surpass US \\$200 bn \(& TV\) In 2017: Zenith](#)
4. eMarketer. [Total Media Ad Spending Worldwide, by Region, 2014-2020 \(billions and % change\)](#)
5. George Slefo, AdAge. [Ad Fraud Will Cost \\$7.2 Billion in 2016, ANA Says, Up Nearly \\$1 Billion](#)
6. Zenith Media. [Advertising Expenditure Forecasts September 2016](#)
7. The&Partnership, Adloox, mSIX. [What happens next: How to reverse the rising tide of ad fraud](#)
8. Shareen Pathak, Digiday UK. [How blockchain might be useful in marketing and advertising](#)
9. Wikipedia. [Ethereum](#)
10. Wikipedia. [InterPlanetary File System](#)
11. [IOTA Token](#)