

Linee guida per i fornitori di Criteo

Il network, attraverso cui Criteo opera, è di altissima qualità. Per questo motivo i suoi fornitori (gli “Editori”) devono sempre attenersi e conformarsi alle seguenti linee guida.

Inoltre, gli Editori di Criteo devono garantire che i loro Siti si conformino alle leggi e ai regolamenti in vigore, compresi le leggi e i regolamenti in vigore sulla protezione dei dati e sulla privacy. I “Siti” includono pagine Web, app mobile e qualsiasi altra fonte di inventory pubblicitaria fornita a Criteo dall’Editore. Per saperne di più sui tuoi obblighi relativi ai dati degli utenti e alla raccolta del consenso, clicca [qui](#).

Gli argomenti elencati di seguito non intendono essere esaustivi e Criteo si riserva il diritto, a sua unica discrezione, di rifiutare o di rimuovere Editori o Siti dal suo network. Criteo si riserva il diritto di specificare nel dettaglio, di modificare o di aggiornare questa politica in qualsiasi momento. Criteo si impegna a pubblicare queste modifiche direttamente su questa pagina.

1. Restrizioni sul contenuto

I siti non devono includere i contenuti che seguono:

1.1 Incentivi commerciali e determinati servizi finanziari

Questo comprende, a solo titolo di esempio, contenuti che:

- Incentivano in modo ingannevole gli utenti a cliccare su siti di terzi che offrono ciò che non è collegato al contenuto del Sito.

- Offrono incentivi agli utenti in cambio di click sugli annunci, ad esempio per l'accesso a contenuti protetti o per ottenere valuta virtuale, tra cui gettoni o crediti per giochi.
- Promuovono o facilitano schemi Ponzi, schemi piramide, schemi di arricchimento rapido, offerte libere di denaro o altre opportunità di dubbia legalità per guadagnare.
- Promuovono o facilitano programmi di consulenza finanziaria che esagerano potenziali ritorni economici o forniscono "garanzie" di ritorno finanziario.
- Promuovono guadagni finanziari senza rischi (ad es.: "Nessun rischio!" "Garantito!" "Grossa rendita" "Ritorno del 100% sul tuo investimento!" "Diventa subito ricco" "Rapido e facile!" "Comincia subito a guadagnare").
- Forniscono informazioni su come evadere le tasse, come riciclare il denaro sporco e altre attività finanziarie illegali.

1.2 Molestie, incitamento all'odio e alla violenza

Questo comprende, a solo titolo di esempio, contenuti che:

- Esprimono odio o sono discriminatori nei confronti di gruppi o individui in base alla razza, al sesso, alla nazionalità, al credo religioso, all'età o all'orientamento sessuale.
- Diffamano o minacciano gruppi o individui.
- Promuovono la privazione di diritti o la persecuzione di gruppi o di singoli.
- Promuovono gruppi di odio, inclusi quelli che affermano la supremazia in base a razza, sesso, nazionalità, credo religioso, età o orientamento sessuale.
- Promuovono, celebrano o tollerano la violenza nei confronti degli altri.
- Forniscono informazioni sul suicidio o su altre forme di autolesionismo, o li sostengono.

1.3 Siti per bambini

Includono Editori o Siti che:

- Si rivolgono a bambini di età inferiore a quella richiesta per il consenso alla raccolta dei dati personali, come stabilito dalla legge in vigore.
- Mostrano annunci Criteo a utenti di cui all'Editore è nota l'età inferiore a quella richiesta per il consenso alla raccolta dei dati personali, come stabilito dalla legge in vigore.

1.4 Contenuto per adulti, nudità, pornografia e rapporti sessuali

Questo comprende, a solo titolo di esempio, contenuti che:

- Sono sessualmente espliciti o di natura pornografica.
- Includono nudità, video e/o immagini di persone in posizioni sessualmente allusive o provocatorie.
- Promuovono o facilitano il sesso a pagamento.
- Comprendono immagini di cartoni sessualmente esplicite, come quelle hentai o ecchi.
- Riguardano feticci, ausili sessuali o giocattoli erotici.
- Comprendono testo sessualmente esplicito, comprese barzellette, storie erotiche e descrizioni di atti sessuali.
- Comprendono linguaggio esplicito o eccessivamente volgare.
- Sono vietati ai minori.
- Contengono immagini di persone che indossano indumenti trasparenti.
- Forniscono consigli su prestazioni sessuali o infezioni sessualmente trasmesse.

1.5 Contenuti scioccanti, offensivi o fuorvianti

Questo comprende, a solo titolo di esempio, contenuti intenzionalmente pensati per scioccare o terrorizzare l'utente o acquisire attenzione mediante dichiarazioni volutamente fuorvianti o assurde.

A solo titolo di esempio, comprende contenuti che:

- Sono intenzionalmente pensati per scioccare o terrorizzare l'utente o acquisire attenzione mediante dichiarazioni volutamente fuorvianti o assurde.
- Condividono false credenze e affermazioni.
- Condividono o diffondono informazioni false o inventate per imitare in modo ingannevole i canali di informazione.
- Contengono linguaggio o immagini violenti, irrispettosi, volgari o espliciti.
- Sono "vietati ai minori" ("NSFW") o "terrificanti" ("NMS") o hanno contenuti pensati per ripugnare, disgustare o nauseare l'utente.
- Includono l'uso deliberato di affermazioni fraudolente, non corrette o ingannevoli allo scopo di attrarre traffico (cioè degli "attira click").
- Promuovono l'accuratezza di, o garantiscono i risultati in base a servizi o prodotti astrologici, psichici o paranormali.

1.6 Alcool, tabacco, droghe illegali e simili

Questo comprende, a solo titolo di esempio, contenuti che:

- Facilitano o promuovono l'utilizzo di sigarette, sigarette elettroniche, dispositivi di vaporizzazione, sigari, sigaretti, pipe per tabacco, cartine da tabacco o tabacco non da fumo.
- Presentano principalmente un uso eccessivo di alcool.
- Promuovono sostanze (comprese sostanze che possono essere legali localmente) che provocano lo "sballo" o che comunque alterano lo stato mentale a scopi ricreativi. Esempi: cocaina, salvia divinorum, kratom, metanfetamine, eroina, marijuana, surrogati della cocaina, mefedrone, i cosiddetti "sballi legali".
- Promuovono o facilitano l'uso a scopi ricreativi delle droghe, comprese le droghe per uso medico o ricreativo, come la marijuana, anche in giurisdizioni in cui ciò può essere consentito dalla legge locale. Ciò comprende i contenuti relativi a pipe, bong o coffee shop che vendono cannabis.
- Forniscono istruzioni sulla produzione l'acquisto o l'utilizzo di droghe a scopo ricreativo.
- Includono consigli o raccomandazioni sull'utilizzo di droghe.

1.7 Gioco d'azzardo

Questo comprende, a solo titolo di esempio, Siti con prodotti di gioco d'azzardo con l'utilizzo di vero denaro.

Lotterie, concorsi o altre estrazioni a sorte promozionali sono permessi quando i premi vengono assegnati senza esborso di denaro da parte dei partecipanti. Questi Siti devono essere conformi a tutte le leggi in vigore.

1.8 Armi da fuoco e da taglio

Questo comprende, a solo titolo di esempio, contenuti che:

- Promuovono o facilitano la vendita di munizioni, armi da fuoco, pistole, pistole ad aria compressa, esplosivi, bombe, fuochi artificiali, coltelli o armi di qualsiasi genere.
- Insegnano a fabbricare bombe o altri esplosivi, o forniscono istruzioni specifiche su come ferire o uccidere.

1.9 Attività illegale

Questo comprende tutti i contenuti non conformi a tutte le leggi in vigore, inclusi, a solo titolo di esempio, Siti che contengono, promuovono o comunque facilitano quanto segue:

- Download illegali, P2P o altre forme di condivisione di file.
- Traffico di esseri umani o prostituzione.
- Vendita di beni o servizi illegali.
- Creazione o acquisizione di documenti finti o falsi, quali passaporti o altri documenti di identificazione falsi.
- Informazioni o prodotti per superare test sulla droga.
- Hackeraggio o cracking.
- Infrazione o violazione dei diritti sulla proprietà intellettuale di terzi (quale la violazione del copyright).
- Infrazione o violazione di leggi sulla privacy.
- Contraffazione di merci o di valuta.

2. Native ads

Eventuali formati di native ads visualizzati sul proprio Sito devono essere chiaramente contrassegnati come annunci. I native ads devono essere chiaramente distinguibili dal

resto del contenuto del Sito e includere in modo chiaramente visibile la dicitura “Promosso”, “Sponsorizzato”, “Inserzione”, oppure una versione localizzata. In linea con le direttive di autoregolamentazione del settore fornite dalla Digital Advertising Alliance (DAA), Criteo richiede che tutti i native ads mostrino l'icona di AdChoices dell'Informativa sulla Privacy, o una simile, e la zona su cui cliccare per l'indirizzamento alla pagina della politica sulla privacy di Criteo. L'icona deve essere di almeno 20×20 pixel e può essere collocata in uno dei quattro angoli dell'inserzione.

3. Linee guida sulla collocazione delle inserzioni

3.1 Linee guida generali sulla collocazione delle inserzioni

Gli annunci non devono essere collocati troppo vicini o al di sotto di pulsanti o di altri oggetti, perché potrebbero interferire con la normale interazione dell'utente con il contenuto o le funzioni del Sito. In particolare:

- Gli annunci non devono essere collocati in punti che coprano o nascondano un'area che gli utenti abbiano interesse a visualizzare durante la normale interazione con il Sito.
- Gli annunci non devono essere collocati in aree dello schermo che gli utenti possano cliccare per errore o che possano toccare con le dita (in un'app) senza intenzione di cliccare sull'annuncio.
- Gli annunci non devono essere collocati su una schermata senza uscita ('dead end'). Deve essere prevista una modalità di uscita dal Sito senza cliccare sul contenuto dell'annuncio (ad esempio, un pulsante 'Indietro' o 'Menu').

- Gli annunci non devono essere collocati, generati o attivati in background sul dispositivo.
- Gli annunci che si caricano automaticamente in background, cioè al di fuori dell'app che viene utilizzata o della pagina Web visitata, sono vietati.
- Gli annunci non devono attivarsi prima dell'apertura del Sito o dopo la sua chiusura.
- All'utente deve essere chiaro a quale Sito è associato l'annuncio o in quale viene implementato.
- Tutti gli annunci e le relative collocazioni che il proprio Sito genera devono rimanere unicamente nell'ambiente del Sito stesso, incluse le zone del sito "widgettizzate".
- Gli annunci e le collocazioni delle inserzioni che il Sito genera non devono interferire con gli altri siti, annunci o il funzionamento del dispositivo, incluso, a solo titolo di esempio, le funzioni del sistema operativo, i pulsanti e le porte del dispositivo.
- Le inserzioni non devono essere collocate in modo che possano interferire con la visualizzazione, la navigazione o l'interazione con il contenuto principale e la funzionalità del Sito. Tra gli esempi: un annuncio interstitial attivato ogni qualvolta un utente clicca all'interno del Sito.
- Gli annunci non devono essere collocati su schermate non basate su contenuti, quali schermate di ringraziamento, di errore, di accesso o di uscita, potenzialmente fuorvianti per l'utente, perché potrebbero confonderlo facendogli credere che gli annunci siano contenuti veri e propri. Sono incluse le schermate che gli utenti possono vedere al momento del lancio del Sito, eventualmente prima di lasciare il Sito o dopo l'esecuzione di un'azione specifica sulla schermata, come un acquisto o un download.

Notare che gli annunci interstitial sono permessi in ambienti in-app unicamente quando sono conformi alle linee guida di Criteo per gli annunci interstitial in-app (vedi più avanti).

3.2 Annunci pop-up, interstitial proibiti e altri annunci che possono recare disturbo

Gli editori non devono visualizzare annunci che possano creare confusione o disturbo all'esperienza utente, inclusi, a solo titolo di esempio:

- Annunci postitial (con o senza timer con conto alla rovescia): questi annunci vengono visualizzati dopo che l'utente ha cliccato su un link e lo costringono a chiudere l'annuncio o ad aspettare un determinato numero di secondi prima di poter proseguire su un'altra pagina.
- Annunci prestitial (con o senza timer con conto alla rovescia): questi annunci vengono visualizzati su mobile o su una pagina Web prima del caricamento del contenuto e costringono l'utente a chiudere l'annuncio per continuare e quindi vedere il contenuto, oppure ad aspettare un determinato numero di secondi prima di poter continuare per vedere il contenuto.
- Annunci pop-up (al di sopra, al di sotto o all'uscita): questi annunci appaiono sulla schermata dell'utente e coprono il contenuto principale, bloccandone l'accesso finché l'annuncio non è chiuso.
- Annunci espandibili automatici: questi annunci si espandono automaticamente senza la volontà o l'azione dell'utente (ad es., click, tocco).

3.3 Sticky footer (Web mobile)

Gli sticky footer (annunci fissi a piè di pagina) si “incollano” e restano sulla parte inferiore della pagina mobile, che l'utente stia o meno scorrendo la pagina stessa. Gli Editori possono utilizzare gli sticky footer solo se rispettano i seguenti vincoli:

- Gli annunci fissi a piè di pagina devono includere un pulsante che ne permetta la chiusura.
- Il pulsante Chiudi deve essere di dimensioni sufficienti da evitare click accidentali o non intenzionali sull'annuncio in modo da poter essere utilizzato anche da dita "grosse".
- Il pulsante di chiusura deve essere collocato separatamente dal contenuto dell'annuncio per evitare click accidentali sull'annuncio stesso.
- L'annuncio non deve occupare più del 30% dell'altezza della porzione principale di contenuto della schermata.

3.4 Click incentivati o ricompensati

- Gli Editori possono offrire ai loro utenti l'opportunità di visualizzare annunci in cambio di ricompense o incentivi, ma solo se l'utente non viene forzato né incentivato a interagire con l'annuncio, come un click incentivato.
- Gli Editori non devono, direttamente o indirettamente, fornire incentivi a gli utenti in cambio di click sugli annunci, oppure fare uso di qualsiasi meccanismo o ricompensa monetizzabile per incentivare i click.

3.5 Linee guida sugli annunci video

I lunghi annunci pre-roll che non possono essere ignorati sono vietati. I pre-roll, che includono uno o più annunci con una lunghezza di visualizzazione combinata che supera i 31 secondi e che non possono essere ignorati dopo i primi 6, sono vietati.

Messaggi di annunci statici o animati e/o grandi annunci display sovrapposti al lettore video per più del 20% OPPURE che appaiono sulla terza parte centrale del lettore video sono vietati.

Gli annunci video a riproduzione automatica con sonoro sono vietati; il sonoro deve essere avviato dall'utente.

Su una pagina non può essere riprodotto più di un video per volta.

La lunghezza dell'annuncio video (VAST) deve essere inferiore alla lunghezza del contenuto su cui viene pubblicizzato (cioè, un annuncio di 30 secondi non deve accompagnare un video di soli 15 secondi di contenuto).

4. Ulteriori linee guida specifiche per le app mobile

4.1 Densità delle inserzioni

Le app non devono mostrare inserzioni che, in verticale, coprano più del 30% dell'altezza della parte di contenuto della schermata. La regola del 30% si applica agli annunci "sticky" e a quelli in-line, oltre che agli annunci a scorrimento (scroll over) a schermo intero (annunci che richiedono all'utente di far scorrere l'annuncio per visualizzarne il contenuto). Sono permesse eccezioni per gli interstitial, se conformi alle linee guida Criteo per gli interstitial.

4.2 Autorizzazioni delle app, app esterne agli store ufficiali

- Gli annunci Criteo non devono essere visualizzati su app originate da fonti diverse da quelle degli store ufficiali (Apple App Store e Google Play Store).

- Gli annunci Criteo non devono essere visualizzati su app che sono state rimosse da store ufficiali (Apple App Store e Google Play Store).
- Nel caso in cui un'app sia stata rimossa dallo store a causa di problemi legati alle relative autorizzazioni, l'Editore non deve attivare nessun annuncio Criteo finché l'app non è stata ulteriormente revisionata e ripristinata sullo store.

4.3 Annunci sulla schermata di blocco e annunci attivi fuori da un ambiente app

A meno che il Sito non sia un'app esplicitamente pubblicizzata come utility lockscreen, gli editori non possono visualizzare annunci sulla schermata di blocco del dispositivo dell'utente, o comunque utilizzare funzioni che la monetizzino.

4.4 Interstitial accettabili (solo in-app)

Gli interstitial in-app sono annunci a schermo intero che appaiono in fasi naturali di transizioni delle app, quali la pausa di un gioco o dopo la visualizzazione dei risultati di un gioco oppure tra due diverse attività interne all'app.

Gli Editori delle app sono autorizzati a utilizzare interstitial solo se conformi a quanto segue:

- Devono contenere un pulsante di chiusura chiaro e identificabile che consenta agli utenti di saltare l'annuncio e di tornare all'app.
- Il pulsante di chiusura deve essere di dimensioni sufficienti e collocato sufficientemente lontano dal contenuto pubblicitario per evitare i click accidentali (fenomeno del "fat finger").
- Gli annunci interstitial possono essere visualizzati solo all'interno dell'ambiente app.

- Gli annunci non devono essere visualizzati in modo da causare click non intenzionali o accidentali.

4.5 Linee guida per il pulsante di chiusura

Determinati formati di annunci, come gli sticky footer o gli interstitial (in-app) richiedono la visualizzazione di un pulsante di chiusura chiaro e identificabile per eliminare l'annuncio. Criteo vieta qualunque meccanismo che ritardi la visualizzazione del pulsante di chiusura, come i countdown. Sono vietati pulsanti di chiusura piccoli, assenti o collocati in modo da interferire con la possibilità degli utenti di chiudere l'annuncio, indipendentemente dal canale o dall'ambiente.

Il pulsante di chiusura deve essere visualizzato conformemente alle linee guida che seguono:

- Deve essere di dimensioni sufficienti da evitare click accidentali o non intenzionali sull'annuncio (fenomeno del 'fat finger').
- Deve essere collocato separatamente dal contenuto dell'annuncio per evitare click accidentali sull'annuncio stesso.
- Gli interstitial devono contenere un pulsante di chiusura chiaro e identificabile che consenta agli utenti di saltare l'annuncio e di tornare all'app.
- Il pulsante di chiusura deve essere collocato nell'angolo superiore destro per evitare i click accidentali o non voluti.

5. Linee guida sulla qualità del traffico

La qualità del traffico è di suprema importanza per Criteo, per questo chiediamo agli editori di evitare le pratiche che seguono:

5.1 Click, installazioni, attribuzioni e conversioni non validi

Tra le attività non valide vi sono click, impression, conversioni, installazioni o attribuzioni generati senza un legittimo intento dell'utente e che possono gonfiare artificialmente i costi per l'inserzionista o i ricavi dell'editore. Tra le attività non valide si annoverano il traffico intenzionalmente fraudolento, oltre a impression, click, attribuzioni e installazioni accidentali. Agli Editori sono vietate tutte le forme di attività non valide, come specificato di seguito, e i Siti non devono contenere codice che generi artificialmente richieste di offerte, impression, click, installazioni o attribuzioni.

Tra le attività non valide vi sono, a solo titolo di esempio:

5.1.1 Click non validi

I click sugli annunci Criteo devono essere riconducibili a utenti umani con interessi reali. Qualsiasi metodo o meccanismo che generi artificialmente click o impression è severamente proibito, inclusi, a solo titolo di esempio:

- Click generati da editori facendo click sui loro stessi annunci.
- Click ripetuti sullo stesso annuncio.
- Editori che incoraggiano gli utenti a fare click sui loro annunci (tra gli esempi: frasi che incoraggino gli utenti a fare click sugli annunci; implementazione di annunci che possano causare un volume elevato di click accidentali; incentivi monetari o meno, oppure ricompense per click, ecc.).

- Utilizzo di strumenti automatici per cliccare o sorgenti di traffico, robot o altri software ingannevoli, click spam o click injection.
- L'utilizzo di altri meccanismi artificiali che servono a generare o inflazionare i click.
- I click generati al di fuori della superficie dell'annuncio non verranno conteggiati come intenzionali.

5.1.2 Installazioni e attribuzioni non valide

Per Criteo, un'installazione è avvenuta quando un utente apre un'app per la prima volta dopo averla scaricata da un app store ufficiale. L'installazione di app e la loro attribuzione devono essere il risultato di un'attività legittima dell'utente. Gli Editori non devono utilizzare, direttamente o indirettamente:

- Qualunque meccanismo volto a sottrarre artificialmente il credito per l'attribuzione dell'installazione app.
- Qualunque meccanismo o tattica intesi a catturare il traffico organico, prendersi il merito per un utente o gonfiare il valore dell'utente, come click spam o click injection.
- Qualsiasi meccanismo inteso a generare installazioni che non siano il prodotto di un legittimo interesse dell'utente, quali simulazioni su dispositivi emulati (spoofing sull'utente) o attraverso false richieste (SDK spoofing).
- Qualsiasi meccanismo inteso ad arrogarsi artificialmente il merito dell'attribuzione dell'installazione di un'app, come ad esempio l'appropriazione di installazioni, l'appropriazione di click, SDK spoofing, click spam, click injection o click flooding.

5.2 Rendering di annunci

- Iniezione di annunci: agli Editori è severamente vietato l'uso di meccanismi di iniezione di annunci per il rendering o la sostituzione di annunci sul sito di un editore o di un inserzionista.
- Annunci nascosti: annunci che non sono umanamente visibili per le loro dimensioni, il colore, l'opacità o altro.
- Annunci sovrapposti: annunci che vengono visualizzati uno sull'altro, con lo scopo di generare impression multiple per ogni singola richiesta di offerta.
- Pre-rendering del browser: gli Editori non devono effettuare ad call prima di effettuare il rendering dell'annuncio senza poi fare il rendering dell'annuncio reale.
- Gli Editori non devono acquisire traffico e impression mediante attività dannose o ingannevoli (installazioni di barre di strumenti, malware, adware,...).
- Auto-refresh: gli Editori non devono fare uso di auto-refresh di annunci salvo esplicita autorizzazione di Criteo. Ci riserviamo il diritto di revocare l'autorizzazione in qualsiasi momento. L'auto-refresh degli annunci deve essere limitato a una frequenza minima di 30 secondi.

5.3 Manipolazione dei dati personali

Gli editori non devono, direttamente o indirettamente:

- Nascondere, manipolare o ruotare l'indirizzo IP originale dell'utente.
- Confondere o alterare il device_id o qualsiasi informazione personale.
- Creare o generare un device_id virtuale o qualsiasi informazione personale.

5.4 Manipolazione utente-agente

Gli Editori non devono, direttamente o indirettamente, mascherare, modificare, ruotare o comunque manipolare in nessun modo la stringa utente-agente dell'utente.

5.5 Abuso dei cookie

- Cookie stuffing: agli Editori viene fatto divieto di catturare cookie con l'intento di inserirli nella cache del browser o in una transazione http, allo scopo di fingere che un legittimo utente abbia visitato il dominio di un inserzionista o di un editore.
- La manipolazione dei tracker (cookie) di Criteo in qualsiasi modo o forma è severamente vietata.

5.6 Manipolazione degli header HTTP

La manipolazione dei campi degli header HTTP è severamente vietata.

5.7 Manipolazione di aste

Gli Editori non devono cercare di interferire con l'asta di impression di annunci, né farne cattivo uso o comunque cercarvi un vantaggio scorretto, incluso, a solo titolo di esempio:

- Effettuare ripetute ad call a Criteo per una singola impression.
- Utilizzare un qualsiasi meccanismo o codice per generare più visualizzazioni di annunci da una singola risposta al bid di Criteo.

- Utilizzare un qualunque meccanismo o codice che possa interferire con il codice di Criteo o alterarne l'integrità o le prestazioni.

5.8 Manipolazione di URL, ID Dominio e App (ID Bundle)

- Ai Venditori è fatto divieto di eseguire spoofing o di alterare una qualsiasi delle seguenti informazioni: URL della pagina, dominio, App ID, Bundle ID.
- I Venditori non devono falsare, alterare o rendere poco chiari la sorgente originale, il dominio, l'App ID o l'URL.

5.9 Fonti di traffico proibite

Gli Editori non devono utilizzare fonti di traffico proibite per generare impressioni di annunci Criteo. Le fonti proibite includono:

- Il traffico generato da attività avviate da macchine o browser non legittimi, tra cui, a solo titolo di esempio:
 - Botnet o crawler.
 - Traffic farm, data center, server ospitati in strutture di co-locazione o di hosting.
 - Macchine virtuali (sia ospitate in un server sia in un ambiente virtualizzato).
 -
- Adware/Malware: traffico generato da ad call sia su impression sia su click, mediante un software diverso da un browser legittimo.

- Traffico proxy: traffico che viene indirizzato attraverso server proxy, in cui l'origine del traffico stesso viene mascherata, e che include, a solo titolo di esempio, proxy anonimi come Tor.
- Traffico da Paesi o regioni soggette a sanzioni da parte dello United States Office of Foreign Assets Control (OFAC) o da qualsiasi altro ente normativo in vigore.

5.10 Progettazione di siti maligni e pratiche ingannevoli

Gli Editori e i loro Siti non devono, direttamente o indirettamente:

- Effettuare ad call di arbitraggio o a “catena”, causando tempi di caricamento, rendering o altri consumi di software/hardware del computer anomali.
- Generare impression per aggirare le scelte esplicite del consumatore (ad es. il blocco delle pubblicità).
- Modificare le preferenze dell'utente o le impostazioni del browser.
- Avviare i download senza un esplicito consenso dell'utente.
- Reindirizzare automaticamente l'utente verso un'altra pagina senza il suo previo consenso.
- Confondere o fuorviare intenzionalmente gli utenti.
- Controllare il contenuto sulle app mobile.
- Forzare i download per l'accesso ai contenuti (ad es, barre degli strumenti o qualunque tipo di software o codice introdotto forzatamente sul device di un utente).
- Contenere, distribuire o promuovere adware, spyware, applicazioni P2P, malware, virus, worm, trojan horse o altri codici informatici dannosi.

6. Supply chain trasparente

Criteo si impegna a fornire un ecosistema sicuro e trasparente sia ai clienti inserzionisti sia agli editori. Supportiamo le iniziative del settore, come i file ads.txt e app-ads.txt dello IAB (International Advertising Bureau) che puntano a migliorare la trasparenza della supply chain nel programmatic advertising.

I nostri editori devono implementare i file ads.txt e app-ads.txt dichiarando correttamente ai venditori che essi lavorano con la loro inventory e ne autorizzano la vendita nei loro file ads.txt e app-ads.txt.

Criteo si riserva il diritto di filtrare automaticamente il traffico segnalato come non autorizzato attraverso i suoi sistemi di monitoraggio.