



## SPECYFIKACJA TECHNICZNA PRODUKTÓW REKLAMOWYCH PORTALU GAZETA.PL

## SPIS TREŚCI

<b>1.</b>	<b>Formaty, rozmiary i wagi standardowych produktów reklamowych .....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Wymagania ogólne dla reklam .....</b>	<b>4</b>
2.1.	Reklamy typu GIF, JPG, PNG.....	4
2.2.	Reklamy typu html5.....	4
<b>3.</b>	<b>Szczegółowe wymagania dla reklam emitowanych na warstwie .....</b>	<b>6</b>
3.1.	Reklamy rozwijane .....	6
3.2.	Toplayer / Floor Ad.....	6
3.3.	Inperson .....	6
3.4.	Videostitial .....	7
<b>4.</b>	<b>Screening .....</b>	<b>7</b>
<b>5.</b>	<b>Video BackLayer .....</b>	<b>7</b>
<b>6.</b>	<b>dHTML.....</b>	<b>8</b>
<b>7.</b>	<b>Reklama w winiecie .....</b>	<b>9</b>
<b>8.</b>	<b>Streaming ze standardowych form reklamowych.....</b>	<b>9</b>
<b>9.</b>	<b>Reklama wideo.....</b>	<b>9</b>
9.1.	Plansza sponsorska .....	9
9.2.	Spot reklamowy.....	10
9.3.	Overlay .....	10
9.4.	Branding Playera.....	10
9.5.	PauseAd.....	11
<b>10.</b>	<b>Mailing.....</b>	<b>11</b>
<b>11.</b>	<b>Artykuł sponsorowany .....</b>	<b>11</b>
<b>12.</b>	<b>Ustalenia dodatkowe .....</b>	<b>12</b>

**Dokument określa sposób przygotowania kreacji dla systemu reklamowego Gazeta.pl. Reklamy z zewnętrznych adserverów muszą spełniać ramowe założenia poniższej specyfikacji, dotyczące w szczególności rozmiarów, wag oraz metod interakcji z użytkownikami.**

W dokumencie uwzględniono wszystkie, obecnie obsługiwane formaty reklam. W związku z możliwymi modyfikacjami lub implementacjami nowych typów, prosimy o sprawdzanie uaktualnień, dostępnych każdorazowo na stronie <http://reklama.gazeta.pl>

Oferujemy również niestandardowe, pozacennikowe realizacje reklamowe. W celu uzyskania dodatkowych informacji na temat specyfikacji i oferty prosimy o kontakt z Działem Sprzedaży Portalu Gazeta.pl.

## 1. Formaty, rozmiary i wagi standardowych produktów reklamowych

Produkt reklamowy	Format	Rozmiar	Waga
Doublebillboard <sup>1 2</sup>	gif / jpg / png / html5	750x200 + obrazkowa kreacja zastępcza 600x300	150 KB
Triboard <sup>1 2</sup>	gif / jpg / png / html5	750x300 + obrazkowa kreacja zastępcza 600x300	150 KB
Wideboard <sup>1 2</sup>	gif / jpg / png / html5	940x300 + obrazkowa kreacja zastępcza 600x300	150 KB
Rectangle	gif / jpg / png / html5	300x250	150 KB
Skyscraper	gif / jpg / png / html5	160x600	150 KB
Halfpage	gif / jpg / png / html5	300x600	150KB
Toplayer	html5	do 800x600 lub 100%x100%	300 KB
Floor Ad	html5	1024x300	150 KB
Belka dolna zamykająca	gif / jpg / png / html5	940x300	150 KB
Board (HP Gazeta.pl) <sup>4 5</sup>	gif / jpg / png / html5	1170x300, 750x200, 1170x600	150 KB
Box (HP Gazeta.pl) <sup>4</sup>	gif / jpg / png / html5	370x300	60 KB
Button (HP Gazeta.pl) <sup>4</sup>	gif / jpg / png / html5	370x70	30 KB
Boks HP poczta.gazeta.pl	gif / jpg / png / html5	620x400	150 KB
ShortBox (serwisy lokalne) <sup>3</sup>	statyczny gif / jpg / png	300x70	10 KB
Mailing	html	wymagania szczegółowe	100 KB

1 Produkt wymaga kreacji zastępczej gif/jpg/png w rozmiarze 600x300 pixeli do emisji na ekranach mobilnych (all screen)

2 Produkt dostępny w opcji scroll (specyfikacja analogiczna do formatu bazowego)

3 Kreacja reklamowa wyłącznie według szablonu: <http://adv.adview.pl/ads/zip/templates/shortbox.zip>

4 Rekomendowany format statyczny

5 a) Obligatoryjny dodatkowy materiał gif/jpg/png w rozmiarze 600x300 pixeli.

b) Obligatoryjny dodatkowy monitoring w formie pixel img / klik dla kampanii na kodach emisyjnych.

c) Produkt w rozmiarze 1170x600 px dostępny wyłącznie dla formatu Stylboard i Funboard.

## 2. Wymagania ogólne dla reklam

### 2.1. Reklamy typu GIF, JPG, PNG

Kreacja musi spełniać wymagania zawarte w punktach 1 i 12 Specyfikacji.

### 2.2. Reklamy typu html5

Kreacja musi spełniać wymagania zawarte w punktach 1 i 12 Specyfikacji.

#### Przykładowa kreacja html5

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <!-- assets, libs etc. -->
</head>
<body>

  <!-- creative code, image etc -->
  

</body>
</html>
```

#### Implementacja zliczania kliknięć

Aby umożliwić zliczanie kliknięć w kreację, tuż przed zamknięciem znacznika </body> należy umieścić poniższy skrypt:

```
<script type="text/javascript">
  var parsed = (document.location.href.split('#')[1]||'').split('&');
  var params = parsed.reduce(function (params, param) {
    var param = param.split('=');
    params[param[0]] = decodeURIComponent(param.slice(1).join('='));
    return params;
  }, {});
  document.getElementById('creativelink').href = params.clickTag;
</script>
```

oraz objąć cały obszar klikalny kreacji znacznikiem <a>, dbając o zgodność zadeklarowanych identyfikatorów (id):

```
<a id="creativelink" target="_blank">
  
</a>
```

Przykładowy kod kreacji, uwzględniający wszystkie wskazane wyżej modyfikacje:

```
<html>
<head>
</head>
<body>

<a id="creativelink" target="_blank">
  
</a>

<script type="text/javascript">
  var parsed = (document.location.href.split('#')[1]||'').split('&');
  var params = parsed.reduce(function (params, param) {
    var param = param.split('=');
    params[param[0]] = decodeURIComponent(param.slice(1).join('='));
    return params;
  }, {});
  document.getElementById('creativelink').href = params.clickTag;
</script>

</body>
</html>
```

### Obsługa kreacji typu MultiClick

Każdy dodatkowy obszar klikalny musi posiadać swój dedykowany znacznik <a> zawierający unikalny identyfikator (id):

```
<!-- podstawowy obszar klikalny -->
<a id="creativelink" target="_blank"></a>

<!-- obszar klikalny 1 -->
<a id="creativelink1" target="_blank"></a>
<!-- obszar kilikalny 2 -->
<a id="creativelink2" target="_blank"></a>
```

W celu obsłużenia dodatkowych obszarów klikalnych, należy zmodyfikować skrypt umieszczony tuż przed zamknięciem znacznika <body>. Modyfikację należy wykonać według poniższego szablonu, ze wskazaniem na wyżej zadeklarowane identyfikatory (id):

```
document.getElementById('creativelink').href = params.clickTag;

document.getElementById('creativelink1').href = params.clickTag1;
document.getElementById('creativelink2').href = params.clickTag2;
```

## 3. Szczegółowe wymagania dla reklam emitowanych na warstwie

### 3.1. Reklamy rozwijane

Materiał musi spełniać wymagania zawarte w punktach 1 oraz 2.2 Specyfikacji.

Reklamy górne rozwijają się w dół do maksymalnej wysokości 600 pixeli.

Reklamy boczne rozwijają się w lewą stronę do maksymalnego rozmiaru 940x600 pixeli.

Rozwinięcie materiału musi nastąpić po akcji użytkownika (klik lub umieszczenie wskaźnika myszy nad obszarem kreacji). Jeżeli rozwinięcie materiału nastąpiło po umieszczeniu wskaźnika myszy nad obszarem kreacji, zwinięcie musi nastąpić po wycofaniu kursora znad powierzchni materiału.

Poniżej kody do wykonania równoległe ze zdarzeniem inicjującym rozwinięcie i zwinięcie kreacji:

```
// rozwinięcie kreacji:  
window.parent.postMessage(params.doexpand, '*');  
  
// zwinięcie kreacji:  
window.parent.postMessage(params.dolittle, '*');
```

### 3.2. Toplayer / Floor Ad

Materiał musi spełniać wymagania zawarte w punktach 1 oraz 2.2 Specyfikacji.

Maksymalny czas pozostawania animacji na stronie wynosi 30 sekund.

W przypadku zawarcia w kreacji obszarów transparentnych, nie mogą one przechwytywać kliknięć w treści redakcyjne lub sprawiać wrażenia, że zawarte pod nimi odnośniki nie funkcjonują prawidłowo.

Kreacja musi zawierać przycisk zamykający "Zamknij X" umieszczony na nieprzezroczystym tle, w prawym górnym rogu kreacji, czcionka min. 20px, całość napisu powinna mieć wymiar 50x20 px. Cały obszar przycisku musi powodować zamknięcie kreacji.

Zamykanie kreacji obsługiwane jest przez szablon reklamowy za pośrednictwem poniższego kodu:

```
window.parent.postMessage(params.onCrossClick, '*');
```

### 3.3. Inperson

Inperson to półprzezroczysty toplayer z materiałem wideo prezentującym ambasadora marki. Toplayer powinien zostać wykonany zgodnie ze specyfikacją określoną w punktach 3.2. i 9. Nie jest wymagane automatyczne zamykanie reklamy po upływie 30 sekund.

### 3.4. Videostitial

Videostitial to format reklamowy składający się z reklamy górnej, toplayera w wersji zminimalizowanej oraz toplayera pełnoekranowego. Prosimy o dostarczenie elementów składowych według poniższej specyfikacji:

#### a) Reklama górna, zgodna z ogólną specyfikacją Gazeta.pl.

#### b) Toplayer w wersji zminimalizowanej:

- kreacja wykonana zgodnie z specyfikacją określoną w punktach 3.2. i 9. Zaprojektowana do pozycjonowania w prawym dolnym rogu ekranu.
- rekomendowana wielkość maksymalna 400x300px.
- plik wideo bez ścieżki dźwiękowej
- po kliknięciu lub umieszczeniu kursora myszy nad obszarem kreacji przez minimum 3 sekundy musi nastąpić wykonanie funkcji `window.parent.postMessage(params.do1pop, '*');`
- po wykonaniu funkcji prezentowany jest toplayer pełnoekranowy.
- kreacja powinna zawierać timer odliczający czas pozostały do wykonania funkcji `window.parent.postMessage(params.do1pop, '*');`

#### c) Toplayer pełnoekranowy

- kreacja wykonana wg. punktu 3.2. i 9 specyfikacji.
- wideo dla playera pełnoekranowego nie powinno przekraczać 5.5 MB.
- dźwięk może zostać odtworzony automatycznie (bez dodatkowej interakcji z użytkownikiem).
- automatyczne zamykanie kreacji nie jest wymagane.
- po jednokrotnym odtworzeniu filmu powinna zostać pokazana plansza z możliwością ponownego odtworzenia lub reklama powinna zostać automatycznie zamknięta.

## 4. Screening

Screening to realizacja reklamowa polegająca na pozycjonowaniu tapety względem wybranego formatu reklamy górnej (np. double billboard, triboard, wideboard).

- maksymalna, łączna waga tapety i reklamy górnej wynosi 300kB.
- prosimy o dostarczenie reklamy górnej według punktu 1 i 2 specyfikacji.
- tapeta powinna być wyśrodkowana w osi „x” względem reklamy górnej.
- w osi „y” powinna uwzględniać odległość górnej krawędzi reklamy górnej względem górnej krawędzi okna przeglądarki.
- sugerujemy aby tło było wykończony na krawędziach jednolitym kolorem. Kolor ten zostanie użyty do dopełnienia tła strony poza obszarem tapety.
- widoczny obszar tapety zależy od rozdzielczości ekranu użytkownika.
- rekomendowany rozmiar tapety wynosi 1330x768 pixeli

## 5. Video BackLayer

Video Backlayer jest połączeniem formatu górnego i tapety wideo. Po interakcji z użytkownikiem format staje się pełnoekranową kreacją wideo.

Komplet poprawnych materiałów wraz z linkami i skryptami zliczającymi należy dostarczyć na minimum 3 dni robocze przed emisją.

Specyfikacja elementów składowych:

#### a) Wideboard (emisja z cappingiem)

- materiał spełniający wymagania zawarte w punktach 1 oraz 2.2 Specyfikacji.
- kreacja musi posiadać przycisk "Zamknij X", w prawej górnej części reklamy, zgodny ze specyfikacją zamykania reklamy Toplayer, zawartą w punkcie 3.2. oraz wbudowany button zachęcający do interakcji.
- po umieszczeniu kursora myszy nad buttonem, powinno nastąpić wykonanie funkcji `window.parent.postMessage(params.onBannerOver, '*')`; Po jej wykonaniu następuje ukrycie portalu, włączenie dźwięku i przejście tapety w tryb pełnoekranowego formatu wideo.
- zdjęcie kursora myszy znad obszaru buttona powinno wykonać funkcję `window.parent.postMessage(params.onBannerOut, '*')`; Po jej wywołaniu następuje wyłączenie pełnoekranowego wideo i przejście w tryb tapety.

#### b) Plik wideo w dwóch wersjach

- plik źródłowy (przed konwersją)
- plik po konwersji do formatu mp4 H.264/AAC, waga do 5MB, czas trwania do 45 sekund.

Plik wideo jest odtwarzany z użyciem playera tła, zapewnionego przez Gazeta.pl. Odtwarzane wideo może być zapętlone.

#### c) Wideboard (kolejne odsłony, FF)

- standardowa kreacja, zgodna z punktem 1 oraz 2.2 Specyfikacji

## 6. dHTML

dHTML to format emitowany na stronie głównej Gazeta.pl. Polega na przygotowaniu dedykowanej realizacji reklamowej, zgodnie ze scenariuszem dostarczonym przez Klienta.

Komplet poprawnych materiałów wraz z linkami i skryptami zliczającymi należy dostarczyć na minimum 3 dni robocze przed emisją.

W wersji standardowej dHTML składa się z kreacji górnej i formatu layerowego.

Komplet materiałów powinien zostać przygotowany według następującej specyfikacji:

- kreacja layerowa powinna zawierać wbudowany, nieskalowalny zrzut ze strony głównej, w naturalnej wielkości, bez obcych elementów reklamowych.
- waga kompletu materiałów (reklama górna + dHTML) nie powinna przekraczać 1 MB.
- kreacja powinna zawierać wszystkie wyszczególnione efekty animacji. Wysokość i szerokość kreacji dowolna.
- kreacja przez cały czas pozostawania na stronie powinna posiadać krzyżyk zamykający, dobrze widoczny i umiejscowiony w stałej pozycji, w prawym górnym rogu.
- kreacja nie może być klikalna w obszarach nie zawierających treści reklamowej (na przykład w częściach zawierających odnośniki redakcyjne). Animacja powinna się rozpocząć najpóźniej w przeciągu 1-2 sekund od pokazania materiału na stronie.
- po zamknięciu kreacji na stronie pozostaje format górny.
- obsługa kliku w formacie górnym i layerze dHTML zgodnie z punktem 2.2 Specyfikacji
- obsługa zamykania reklamy w layerze dHTML zgodnie z punktem 3.2 Specyfikacji

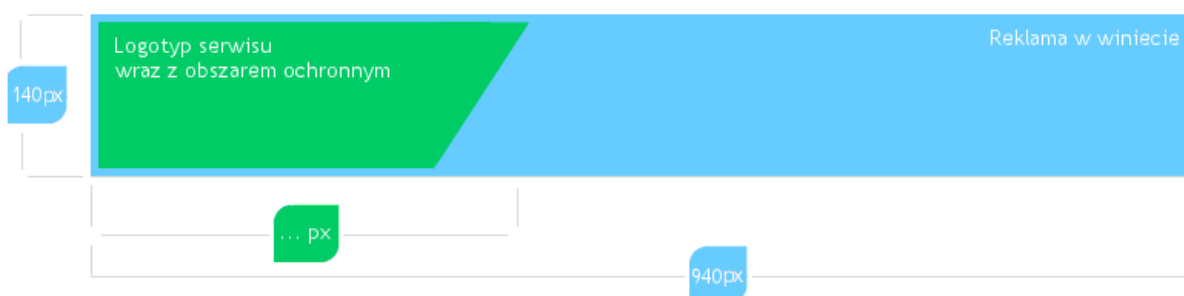


## 7. Reklama w winiecie

Reklama w winiecie znajduje się w bezpośrednim sąsiedztwie logotypu serwisu. Stanowi jego tło i dopełnienie. Wymiary obszaru ochronnego wokół logotypu, powinny zostać wyznaczone na podstawie wizualizacji dostarczonej przez Gazeta.pl, przygotowanej na potrzeby konkretnego serwisu, objętego zamówieniem.

Kreacja podlega każdorazowej akceptacji redakcyjnej. Komplet poprawnych materiałów wraz z linkami i skryptami zliczającymi należy dostarczyć na minimum 3 dni robocze przed emisją.

- Wielkość: 940x140px
- Waga: do 55 KB
- Format: JPG, PNG (kreacja statyczna)



## 8. Streaming ze standardowych form reklamowych

Streaming emitowany jest ze standardowych, graficznych form reklamowych, wykonanych w technologii html5. Składa się z dwóch elementów - odtwarzacza i filmu.

Odtwarzacz powinien spełniać wymagania techniczne, określone w punktach 1 oraz 2.2 Specyfikacji, zawierać wbudowane przyciski sterujące (co najmniej przycisk STOP).

Film może zostać odtworzony automatycznie, natomiast ścieżka dźwiękowa musi być inicjowana wyłącznie przez użytkownika. W przypadku gdy dźwięk uruchamiany jest po najechaniu kursorem myszy na obszar kreacji, po zdjęciu kursora powinno nastąpić wyciszenie dźwięku. W przypadku gdy dźwięk uruchamiany jest po kliknięciu w kreację, może być również odtwarzany po zdjęciu myszy nad obszaru kreacji.

Maksymalny rozmiar i czas trwania filmu 1 MB / 30 sek.

Maksymalny bitrate: 512kbps.

Dźwięk w filmie reklamowym należy znormalizować do -4dB.

## 9. Reklama wideo

### 9.1. Plansza sponsorska

- Format: mp4 (h.264 / aac)
- Minimalna rozdzielczość: 640x360 dla 16:9 lub 640x480 dla 4:3 (wyższe rozdzielczości przy zachowaniu wskazanych proporcji).
- Materiał niemy, statyczny.

- Waga maksymalna: 1 MB
- Czas trwania: do 8 sekund

## 9.2. Spot reklamowy

- Format: mp4 (h.264 / aac)
- Minimalna rozdzielczość: 640x360 dla 16:9 lub 640x480 dla 4:3 (wyższe rozdzielczości przy zachowaniu wskazanych proporcji).
- Waga maksymalna: 5,5 MB
- Czas trwania: do 30 sekund
- Bitrate dla strumienia wideo <650;1200> kbps
- Bitrate dla strumienia audio <128;256> kbps
- Dźwięk normalizowany na -4dB

Cyfrowe pliki wideo nie spełniające specyfikacji będą konwertowane do wskazanych wyżej warunków brzegowych.

## 9.3. Overlayer

- Rozmiar: 480x80px
- Format: JPG / PNG
- Waga maksymalna: 55 kB

## 9.4. Branding Playera

Branding playera polega na otoczeniu górnego i dolnego obszaru odtwarzacza, ramką o wysokościach 100 pixeli każda. Emisja możliwa jest wyłącznie na dedykowanych stronach wideo, zgodnych z cennikiem.

Kreacja powinna zostać przygotowana w formie pojedynczego pliku graficznego gif / jpg /png o rozmiarze 1240x400 (obrazek o podwójnej gęstości pixeli) i maksymalnej wadze 100 KB. Player samodzielnie rozdzieli obszar kreacji na dwie części i zeskaluje je do fizycznej szerokości playera na stronie.

Najczęstszym scenariuszem będzie emisja kreacji skalowanej do fizycznego rozmiaru 620x200 według następującego schematu:



## 9.5. PauseAd

- Rozmiar: 534x300px
- Format: statyczny GIF / JPG / PNG
- Waga maksymalna: 55 kB

## 10. Mailing

Prosimy o dostarczenie mailingu w formacie HTML (kodowanie iso-8859-2 lub UTF-8).

**Katalog z materiałami powinien zawierać:**

- plik tekstowy z tytułem maila bez znaków specjalnych, danymi teleadresowymi firmy, adresem zwrotnym email, adresami email osób akceptujących wysyłkę testową oraz kodowaniem użytym w mailingu.
- plik z kreacją mailingu spakowany w formacie zip. Musi on zawierać plik index.html, który nie znajduje się w żadnym katalogu oraz grafiki (jpg, jpeg, gif). Grafiki mogą być spakowane w osobnym katalogu.
- rekomendujemy, aby mailing zawierał również wersję txt. Wersja txt powinna być zapisana w pliku zip pod nazwą index.txt.

**Przy tworzeniu kreacji mailingu należy trzymać się poniższych wytycznych:**

- Nadawcą mailingu (pole "OD") zawsze jest Gazeta.pl. Reklamodawca może podać własny adres nadawcy w domenie kont pocztowych Gazeta.pl, wówczas pole "OD" zostanie oznaczone w następujący sposób: Gazeta.pl / Nazwa Reklamodawcy email\_reklamodawcy@gazeta.pl
- Maksymalna waga kompletu materiałów 100 KB.
- Szerokość mailingu nie powinna przekraczać 600px
- Kod powinien być oparty na specyfikacji HTML 4.0. Należy unikać znaczników takich jak div, h1, strong
- Mailing powinien zostać zbudowany na tabelach, z zagnieżdżonymi komórkami <table>, <tr>, <td>
- Style powinny być określone liniowo w tagach (style nie mogą być pobierane z zewnętrznego pliku css lub definiowane w znaczniku style w sekcji head)
- Należy unikać używania niestandardowych czcionek w tekście mailingu. Zalecane czcionki to Verdana, Tahoma, Arial i Times New Roman
- Zalecamy, aby grafika została „pocięta”. Przy odpowiednich częściach pociętej grafiki należy zamieścić tekst alternatywny oraz linki.
- Grafiki muszą się znajdować w tagach . Powinny one zawierać styl: style="display:block;" oraz atrybut alt=" " zawierający tekst alternatywny
- Mailing nie może zawierać elementów javascript, dHTML oraz Flash
- Do mailingu zostanie dołączony link z możliwością podglądu w wersji www.

## 11. Artykuł sponsorowany

Artykuł sponsorowany to treść napisana na dowolnie wybrany temat związany z oferowanymi produktami lub usługami. Strona z artykułem przygotowana jest zgodnie z zamówieniem Klienta. Może zawierać logo firmy, zdjęcia produktów oraz jeden z wybranych typów reklamy bannerowej. Klient przygotowuje zawartość merytoryczną tekstów oraz materiały niezbędne do wykonania strony.

Materiały powinny być zgodne z poniższymi wymogami:

- objętość tekstu nie więcej niż 10 000 znaków (ze spacjami),
- do 15 elementów graficznych (zdjęć, logotypów) o maksymalnej szerokości 620px i dowolnej wysokości
- elementy graficzne w rozdzielczości 72 dpi, format jpg/gif/tif; waga do 350 KB
- linki tekstowe kierujące do zewnętrznych stron www - maksymalnie 5 linków tekstowych w treści artykułu.
- możliwość osadzenia filmów z Youtube i dodatkowych form graficznych (np. logotypów).
- możliwość publikacji jednej formy bannerowej, przewidzianej w makiecie strony artykułowej.

## 12. Ustalenia dodatkowe

- Prosimy o dostarczenie kompletu kreacji wraz z odnośnikami URL na dwa dni robocze przed startem kampanii.
- Materiał nie może wymieniać danych z zewnętrznymi serwerami, zapisywać, zmieniać cookie. W szczególności zabronione jest stosowanie odwołań do innych plików, wysyłanie danych z kreacji i do kreacji bez wcześniejszej zgody Agory.
- Zabronione są skrypty zmieniające rozmiar i położenie okna przeglądarki.
- Materiał nie może generować błędów, ostrzeżeń, blokować lub utrudniać korzystania ze stron.
- Zabronione jest używanie w reklamach grafiki przypominającej elementy systemów operacyjnych (np. okna z przyciskami minimalizowania, zamykania)
- Pola formularzy w reklamach muszą wykonywać funkcje zgodne z ich standardową funkcją i treścią komunikatu prezentowanego na przyciskach (np. kliknięcie w listę rozwijaną lub pole tekstowe nie może powodować przekierowania na strony Klienta).
- Obciążenie procesora na komputerach klienckich w trakcie wyświetlania reklamy nie może istotnie i zauważalnie utrudniać korzystania z przeglądarki internetowej i innych jednocześnie uruchamianych aplikacji.