

Specyfikacja techniczna

Obowiązuje od 1 stycznia 2025



grupa **zpr**
media

Spis treści

Informacje podstawowe.....	3
Zasady ogólne.....	3
Dostarczanie materiałów.....	4
Ogólne warunki techniczne	5
Formy reklamowe „płaskie”	7
Formy reklamowe „rozwijane”.....	7
Formy typu scroll.....	8
Formy video.....	9
Formy Pre-roll/Mid-roll/ Post-roll	9
Pre-roll audio	9
Video Gigabanner multiscreen.....	9
Formy video płaskie/scroll.....	10
Formy video expandowane (expand, push)	10
Formy inne.....	11
Prestitial multiscreen (desktop)	11
Prestitial multiscreen (mobile)	11
FloorAd multiscreen (desktop).....	11
FloorAd multiscreen (mobile).....	11
Switch	11
Background mobile.....	12
Background slider mobile.....	12
Background video mobile.....	12
Slider premium mobile	12
Screening multiscreen (desktop).....	13
Screening multiscreen (mobile)	14
Topboard multiscreen (desktop).....	15
Topboard multiscreen HTML (desktop)	15
Topboard multiscreen (mobile).....	15
Topboard multiscreen HTML (mobile)	16
Mailing.....	16



Informacje podstawowe

Zasady ogólne

Wszystkie reklamy przeznaczone do emisji powinny spełniać warunki określone w specyfikacji technicznej dla reklam publikowanych w ramach witryn obsługiwanych od strony technicznej przez IDMnet S.A. oraz Time S.A.

IDMnet lub Time może zweryfikować reklamę pod kątem jej zgodności z specyfikacją i nie dopuścić do jej emisji bądź przerwać jej emisję w przypadku niespełnienia poniższych warunków.

IDMnet współpracuje z wieloma wydawcami i ma z nimi stosowne umowy zawierające zapisy o dostępnych formatach reklamowych, a także o wpływie obecności reklam na korzystanie z witryn i rezerwuje sobie prawo do odmowy emisji bądź zaprzestania emisji dowolnej reklamy, jeśli uzna ją za dokuczliwą lub szkodliwą dla użytkowników.

Wszystkie gotowe materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia kampanii muszą być dostarczone nie później niż na 2 dni robocze przed rozpoczęciem emisji. W przypadku materiałów typu rich media oraz reklam emitowanych z kodów zewnętrznych, nie później niż na 4 dni robocze w celu przetestowania ich przez IDMnet/Time.



Dostarczanie materiałów

Jeżeli materiały nie są pojedynczym plikiem, należy całość skompresować do formatu ZIP.

Komplet materiałów należy dostarczyć minimum 48 godzin przed rozpoczęciem kampanii.

W skład kompletu materiałów wchodzi:

- Kreacja
- URL docelowy

Kreacje dostarczone do IDMnet powinny być nazwane zgodnie z poniższym szablonem:

- idmnet_serwis_forma_rozmiar.rozszerzenie

Np.:

- idmnet_se.pl_doublebillboard_750x200.jpg

Skrypty zliczające

Skrypty zliczające zwykle składają się z dwóch części:

- URL/Redirect - zliczający kliknięcia
- Element lub <scripts> lub <iframe> - zliczający odsłony

powinny być dostarczane w pliku tekstowym o nazwie takiej samej, jak kreacja, z której mają być emitowane.

Np:

- idmnet_se.pl_doublebillboard_750x200.jpg
- idmnet_se.pl_doublebillboard_750x200.txt

Jeżeli skrypty zliczające są uniwersalne i mają być emitowane z kilkoma kreacjami, należy je umieścić razem z tymi kreacjami w jednym katalogu.

Skrypty emisyjne

Skrypty emisyjne najczęściej w poniższych językach:

- HTML
- JavaScript

Należy przysyłać w formie plików tekstowych, o nazwie opisującej emitowaną przez nie kreację, tak jak w przypadku skryptów zliczających.

Materiały należy przestać na adres e-mail osoby z działu handlowego, która jest właścicielem kampanii.



Ogólne warunki techniczne

Warstwa klikalna

W celu skutecznego mierzenia klikalności kreacji, wszystkie elementy klikalne powinny posiadać na najwyższej warstwie Button z wywołaniem odpowiednio:

Dla kreacji przygotowanej w HTML5

Wszystkie elementy klikalne kierujące na stronę docelową muszą wykorzystywać zmienną "IDMnet.ad.clickTag[0]".

W przypadku kiedy kreacja kieruje na kilka różnych adresów URL kolejne adresy wywoływane są z następującymi numerem:

"IDMnet.ad.clickTag[0]"

"IDMnet.ad.clickTag[1]"

"IDMnet.ad.clickTag[2]"

Wraz kreacją należy przesłać listę adresów URL wraz z odpowiednim ich przyporządkowaniem.

Przykładowa implementacja tej zmiennej:

```
<div id="clickArea">

    (...)

</div>

<script type="text/javascript">

    function initAd() {

        var clickArea = document.getElementById("clickArea");

        clickArea.onclick = function() {

            window.open(IDMnet.ad.clickTag[0], "_blank");

        }

        clickArea.style.cursor = 'pointer';

    }

</script>
```

Dla kreacji przygotowanej w jpg, png

Brak dodatkowych wymagań



Przycisk zamykania (dotyczy tylko kreacji wyświetlanych na warstwie oraz rozwijanych)

Element ten służy do zamykania/usuwania kreacji ze strony lub zakończenia interakcji, składa się z napisu „Zamknij” i krzyżyka.

Przycisk zamykania musi spełniać poniższe warunki:

- Minimalny rozmiar krzyżyka to 20x20px
- Minimalna wysokość czcionki w napisie „Zamknij” to 12px
- Krzyżyk i napis „Zamknij” muszą znajdować się na nieprzezroczystym tle i być klikalne na całej powierzchni.
- Przycisk zamknij powinien znajdować się w prawym, górnym rogu kreacji.

Do obszaru klikalnego przycisku Zamknij należy dodać następującą akcję:

HTML5

```
IDMnet.ad.call("closeAd");
```

UWAGA! Jeżeli kreacja nie będzie posiadała przycisku zamykania, zostanie on dodany z kodu emisyjnego, i będzie wyświetlony nad prawym, górnym rogiem kreacji.



Formy reklamowe „płaskie”

Płaskie formy reklamowe są to kreacje o stałym rozmiarze, emitowane w ściśle określonych miejscach serwisu. Dodatkowe wymaganie, poza elementami wymienionymi w tabelce, to dodanie warstwy klikalnej (dla kreacji html5) opisane w ogólnych warunkach technicznych.

Formy płaskie standard

Forma	Urządzenie	Waga	Rozmiar	Format kreacji
Rectangle multiscreen	desktop /mobile	60kB (HTML5 do 150kB)	300x250px	gif, jpg, png, html5
Double billboard multiscreen	desktop	60kB (HTML5 do 150kB)	750x200px	gif, jpg, png, html5
	mobile	40kB (HTML5 do 80kB)	320x100px	gif, jpg, png, html5
Gigabanner multiscreen	desktop	120kB (HTML5 do 240kB)	1000x400px	gif, jpg, png, html5
	mobile	60kB (HTML5 do 150kB)	320x250px lub 300x250	gif, jpg, png, html5
Halfpage multiscreen	desktop	70kB (HTML5 do 140kB)	300x600px	gif, jpg, png, html5
	mobile	70kB (HTML5 do 140kB)	320x600px lub 300x600	gif, jpg, png, html5
Gigabanner	desktop	120kB (HTML5 do 240kB)	1000x400px	gif, jpg, png, html5
Triple billboard	desktop	90kB (HTML5 do 180kB)	750x300px	gif, jpg, png, html5
Wideboard	desktop	80kB (HTML5 do 160kB)	950x200px	gif, jpg, png, html5
Double wideboard	desktop	110kB (HTML5 do 220kB)	950x300px	gif, jpg, png, html5
Halfpage	desktop	70kB (HTML5 do 140kB)	300x600px	gif, jpg, png, html5
Gigabanner mobile	mobile	60kB (HTML5 do 150kB)	320x250px lub 300x250	gif, jpg, png, html5
Understitial mobile	mobile	80kB (HTML5 do 160kB)	320x420px	jpg, png, html5
Halfpage mobile	mobile	70kB (HTML5 do 140kB)	320x600px lub 300x600	gif, jpg, png, html5

Formy reklamowe „rozwijane”

Rozwijane formy reklamowe są to kreacje o zmiennym rozmiarze, emitowane w ściśle określonych miejscach serwisu. Zmiana rozmiaru kreacji polega na rozsunięciu elementów serwisu (dotyczy kreacji typu Push) lub na nałożeniu na serwis rozwiniętej wersji kreacji (dotyczy kreacji typu Expand). Wymagania techniczne dla obu typów kreacji expand i push są identyczne.



Kreacja powinna mieć wymiary równe wymiarom stanu rozwiniętego formy, jednak do czasu rozwinięcia wyświetlany będzie jedynie podstawowy obszar. Rozwinięcie kreacji inicjowane jest po najechaniu myszką na kreację, analogicznie zwijanie kreacji odbywa się po zjechaniu myszki z reklamy. Opcjonalnie zwinięcie i rozwinięcie kreacji może być realizowane za pomocą dedykowanych przycisków zwiń i rozwiń umieszczonych na kreacji. W takim przypadku poniżej określone akcje powinny być wywoływane po kliknięciu w dedykowane przyciski.

Dla kreacji przygotowanej w HTML5

W momencie rozwinięcia musi być wykonana funkcja `IDMnet.ad.call("doExpand")`, w momencie zwinięcia kreacji analogiczna funkcja `IDMnet.ad.call("doLittle")`;

Uwaga!!! Funkcje te odpowiadają jedynie za odpowiednie zwinięcie bądź rozwinięcie okna kreacji. Wszystkie animacje muszą być zrealizowane po stronie kreacji.

Poza warstwą służącą do rozwijania i zwijania sceny kreacji należy pamiętać o dodaniu warstwy klikalnej opisanej powyżej, w ogólnych warunkach technicznych.

Dla kreacji przygotowanej w jpg, png

Należy przygotować dwie oddzielne grafiki: jedną dla rozmiaru kreacji rozwiniętej i jedną dla rozmiaru kreacji zwiniętej.

Formy rozwijane

Forma	Waga	Rozmiar	Format kreacji
Billboard Expand Billboard Push	90kB (HTML5 do 180kB)	750x100->750x200	jpg, png, HTML5
Double Billboard Expand Double Billboard Push	100kB (HTML5 do 200kB)	750x200->750x400	jpg, png, HTML5
Triple Billboard Expand Triple Billboard Push	120kB (HTML5 do 240kB)	750x300->750x600	jpg, png, HTML5
Wideboard Expand Wideboard Push	120kB (HTML5 do 240kB)	950x200->950x400	jpg, png, HTML5
Double Wideboard Expand Double Wideboard Push	120kB (HTML5 do 240kB)	950x300->950x600	jpg, png, HTML5
Billboard Mobile Expand Billboard Mobile Push	60kB(HTML5 do 150kB)	320x100->320x250	jpg,png,HTML5

Formy typu scroll

Formy tego typu osadzone są w miejscach analogicznych jak formy płaskie. Zaletą tych form jest to, że podczas przeglądania strony podążają za użytkownikiem do czasu świadomego wyłączenia efektu „scroll” reklamy przez użytkownika. Po wyłączeniu efektu „scroll” forma wraca na standardowe miejsce, z którego została uruchomiona. Kreację należy wykonać zgodnie ze specyfikacją przewidzianą dla kreacji płaskich.



Formy video

Formy Pre-roll/Mid-roll/ Post-roll

Forma reklamowa emitowana przed materiałem docelowym lub w trakcie materiału docelowego podczas przerwy reklamowej.

Elementy wymagane:

- dopuszczalne formaty pliku źródłowego dostarczanego przez reklamodawcę: mpeg, avi, mov, mp4,
- film bazowy w pliku źródłowym powinien być jak najwyższej jakości,
- docelowy materiał do emisji przygotowywany jest przez Dział Techniczny na podstawie materiału źródłowego dostarczonego przez klienta,
- preferowane proporcje szerokość/wysokość obszaru filmu: 16:9. Istnieje możliwość emisji filmu o proporcjach 4:3, 16:10; 18:10, wówczas materiał reklamowy będzie prezentowany z czarnymi paskami w oknie playera,
- czas trwania spotu reklamowego uzależniony jest od zlecenia i może wynosić 15, 30, 45, 60 sekund.

Pre-roll audio

Forma emitowane w playerach stacji radiowych, przed docelowym streamem kanału radiowego.

Elementy wymagane:

- dopuszczalny format pliku mp3,
- waga: do 1MB,
- czas trwania spotu reklamowego uzależniony jest od zlecenia i może wynosić 15, 30, 45, 60 sekund.

Video Gigabanner multiscreen

Forma reklamowa o rozmiarze 980x552px (desktop) oraz 320x180px (mobile) w postaci zapętlonego video. Dźwięk na reklamie jest domyślnie wyłączony. Włączenie dźwięku odbywa się po interakcji użytkownika.

Elementy wymagane:

- dopuszczalne formaty pliku źródłowego dostarczanego przez reklamodawcę: mpeg, avi, mov, mp4,
- film bazowy w pliku źródłowym powinien być jak najwyższej jakości,
- docelowy materiał do emisji przygotowywany jest przez Dział Techniczny na podstawie materiału źródłowego dostarczonego przez klienta,
- proporcje filmu: 16:9,
- czas trwania spotu do 30 sekund.



Elementy opcjonalne:

- Buttony sterujące w rozmiarze 60x60px:
 - Play (start)
 - Pause (stop)
 - Mute (wycisz)
 - Unmute (wyłącz wyciszenie)

Formy video płaskie/scroll

Kreacja składa się z formy płaskiej przygotowanej w technologii HTML5 z zaszytym playerem video i pliku wideo. Player zaszyty w kreacji płaskiej musi posiadać następujące elementy:

- przycisk play/pause (start/stop),
- przycisk mute/unmute (wycisz/wyłącz wyciszenie).

Dodatkowo dźwięk na kreacji musi być domyślnie wyłączony. Dźwięk może być uruchomiony tylko po interakcji użytkownika.

Plik wideo nie powinien przekraczać 1MB.

Formy video expandowane (expand, push)

Kreacja składa się z formy przygotowanej w technologii HTML5, zgodnie ze specyfikacją dla formatów expandowanych z zaszytym playerem video. Player zaszyty w kreacji może być osadzany tylko na scenie rozwiniętej. Plik wideo może być zaciągany do przeglądarki dopiero po rozwinięciu kreacji. Analogicznie jak dla form płaskich player wideo musi posiadać następujące elementy:

- przycisk play/pause (start/stop),
- przycisk mute/unmute (wycisz/wyłącz wyciszenie).

Dodatkowo dźwięk na kreacji musi być domyślnie wyłączony. Dźwięk może być uruchomiony tylko po interakcji użytkownika.

Plik wideo nie powinien przekraczać 3MB.



Formy inne

Prestitial multiscreen (desktop)

Forma pełnoekranowa, emitowana po kliknięciu w element strony (podczas przejść między jedną, a drugą stroną serwisu).

Elementy wymagane:

- waga: 160kB (320kB dla HTML5),
- rozmiar: 1200x450px lub 1200x600px,
- format: jpg, png, HTML5.

Prestitial multiscreen (mobile)

Forma pełnoekranowa, emitowana po kliknięciu w element strony (podczas przejść między jedną, a drugą stroną serwisu). Emisja na urządzeniach mobilnych.

Elementy wymagane:

- waga: 80kB (160kB dla HTML5),
- rozmiar: 320x550px lub 300x600px,
- format: jpg, png, HTML5.

FloorAd multiscreen (desktop)

Forma emitowana na warstwie przyklejonej do dolnej krawędzi okna przeglądarki.

Elementy wymagane:

- waga: 80kB (150kB dla HTML5),
- rozmiar: 750x100px, 728x90px lub 1000x100px,
- format: jpg, png, HTML5.

FloorAd multiscreen (mobile)

Forma emitowana na warstwie przyklejonej do dolnej krawędzi okna przeglądarki. Emisja na urządzeniach mobilnych.

Elementy wymagane:

- waga: 40kB (80kB dla HTML5),
- rozmiar: 320x100px, 360x100px lub 320x50px,
- format: jpg, png, HTML5.

Switch

Forma składająca się z czterech scen złożonych w formę prostopadłościanu. Podczas emisji kreacja jest obracana wzdłuż dłuższego boku i prezentowane są poszczególne sceny. Efekt może być zastosowany na dowolnej płaskiej formie reklamowej. Tabele z listą płaskich form reklamowych zamieszczona powyżej.

Elementy wymagane:

- cztery indywidualne elementy (po jednej dla każdej sceny),



- waga: zgodna z tabelą dla formatów płaskich,
- rozmiar: zgodna z tabelą dla formatów płaskich,
- format: jpg, png,
- pozostałe wymagania, jak przy kreacjach płaskich.

Background mobile

Nieinwazyjna forma reklamowa prezentowana podczas skrolowania strony, składająca się z tła rozciągniętego na 100% szerokości ekranu oraz przekazu reklamowego

Elementy wymagane:

- plik graficzny z jednolitym tłem,
- plik graficzny z przekazem reklamowym umieszczonym na przezroczystym tle w formacie .png
- waga: do 180kB,
- rozmiar: 300x600,
- format: jpg, png,
- pozostałe wymagania jak przy kreacjach płaskich.

Background slider mobile

Nieinwazyjna forma reklamowa prezentowana podczas skrolowania strony, składająca się z tła rozciągniętego na 100% szerokości ekranu oraz przekazu reklamowego umieszczonego na 3 – 8 grafikach przesuwanych domyślnie od lewej do prawej strony.

Elementy wymagane:

- plik graficzny z jednolitym tłem,
- pliki graficzne w ilości od 3 do 8 z przekazem reklamowym umieszczonym na przezroczystym tle w formacie .png
- waga: do 180kB,
- rozmiar: 300x600,
- format: jpg, png,
- pozostałe wymagania jak przy kreacjach płaskich.

Background video mobile

Nieinwazyjna forma reklamowa prezentowana podczas skrolowania strony, składająca się z tła w formie materiału wideo rozciągniętego na 100% szerokości ekranu oraz przekazu reklamowego.

Elementy wymagane:

- plik wideo w orientacji pionowej, najlepiej o wymiarach 1080 x 1920 px
- plik graficzny z przekazem reklamowym umieszczonym na przezroczystym tle w formacie .png
- waga pliku graficznego: do 180kB,
- rozmiar pliku graficznego: 300x600,
- format: jpg, png,

Slider premium mobile

Forma składająca się z czterech scen prezentowanych cyklicznie w przestrzeni widocznej.



Elementy wymagane:

- cztery indywidualne elementy (po jednej dla każdej sceny),
- waga: do 200kB,
- rozmiar: 320x400,
- format: jpg, png,
- pozostałe wymagania jak przy kreacjach płaskich.

Screening multiscreen (desktop)

Witryny: eska.pl, eskarock.pl, radiosupernova.pl, voxfm.pl, mjakmama24.pl, poradnikzdrowie.pl, muratordom.pl, urządzamy.pl i serwisach grupy se.pl (se.pl, superbiz.se.pl, sport.se.pl, superseriale.se.pl, projekt.miasto.se.pl)

***z dodatkową informacją dla stron głównych serwisów eska.pl, eskarock.pl, radiosupernova.pl, voxfm.pl, muratordom.pl, urządzamy.pl.**

Forma składająca się z kreacji billboardowej oraz tapety.

Kreacja billboardowa:

- waga: do 150 kB,
- rozmiar: wysokość od 100px do 300px. Szerokość standardowa (750px, 950px),
- format: jpg, gif, png, HTML5,
- pozostałe wymagania jak przy kreacjach płaskich.

Tapeta:

- waga: do 300 kB,
- rozmiar: 1920x1200 (skrajne elementy po lewej i po prawej stronie tapety nie będą widoczne na ekranach o mniejszej rozdzielczości),
- format: jpg, gif, png,
- szerokość serwisu to 1280px, dla tych witryn zalecamy przygotowanie dwóch tapet. Jednej dla mniejszych ekranów, ta powinna być bez elementów bocznych. Drugiej dla większych ekranów, dla której kolumny boczne powinny mieć szerokość 110px każda i wysokości ok. 650px, rozstaw tych elementów powinien wynosić około 1290px licząc od ich wewnętrznych boków.

Jeśli tapeta oraz kreacja billboardowa mają się uzupełniać zalecamy by kreację billboardową przygotować przezroczystą i nie umieszczać na niej żadnych elementów, które znajdować się będą także na tapecie, wtedy zniknie problem dopasowania tapety i kreacji billboardowej, a tłem kreacji billboardowej będzie po prostu tapeta. Opcjonalnie, zamiast kreacji billboardowej można wykorzystać kreację rozwijaną (przygotowaną zgodnie z opisem zamieszczonym w punkcie Formy reklamowe „rozwijane”).

***Z uwagi na obniżone położenie kreacji billboardowej na stronach głównych serwisów radiowych oraz muratordom.pl, poradnikzdrowie.pl i urządzamy.pl, tapeta Screeningu nie jest emitowana. W emisji pozostaje kreacja billboardowa o dopuszczalnej szerokości 1248 px i wysokości do 300 px.**



Screening multiscreen (desktop)

Witryny: pozostałe.

Forma składająca się z kreacji billboardowej oraz tapety.

Kreacja billboardowa:

- waga: do 150 kB,
- rozmiar: wysokość od 100px do 300px. Szerokość standardowa (750px, 950px),
- format: jpg, gif, png, HTML5,
- pozostałe wymagania jak przy kreacjach płaskich.

Tapeta:

- waga: do 300 KB,
- rozmiar: 1920x1200 (skrajne elementy po lewej i po prawej stronie tapety nie będą widoczne na ekranach o mniejszej rozdzielczości),
- format: jpg, gif, png,
- nasze serwisy nie są szersze niż 1040px (poza stronami eska.pl, eskarock.pl, voxfm.pl, radiosupernova.pl oraz se.pl, superbiz.se.pl, sport.se.pl, superseriale.se.pl, projekt miasto se.pl, dla tych witryn wytyczne powyżej), dlatego zalecamy, aby główny przekaz reklamowy na tapecie umieścić w kolumnach po prawej i lewej stronie. Kolumny o szerokości 150px każda i wysokości ok. 550px, rozstaw tych elementów powinien wynosić około 1050px licząc od ich wewnętrznych boków.

Jeśli tapeta oraz kreacja billboardowa mają się uzupełniać zalecamy by kreację billboardową przygotować przezroczystą i nie umieszczać na niej żadnych elementów, które znajdować się będą także na tapecie, wtedy zniknie problem dopasowania tapety i kreacji billboardowej, a tłem kreacji billboardowej będzie po prostu tapeta. Opcjonalnie, zamiast kreacji billboardowej można wykorzystać kreację rozwijaną (przygotowaną zgodnie z opisem zamieszczonym w punkcie Formy reklamowe „rozwijane”).

Screening multiscreen (mobile)

Połączenie formatów 320x250 px lub 300x250 px oraz 320x420 px. Są to dwa niezależne formaty emitujące się na jednej odsłonie. Format 320x250 px lub 300x250 px emitowany jest z górnego placementu, położonego najwyżej w mobilnej siatce reklamowej (wyłączając format topboard mobile). Format 320x420 px emitowany jest z placementu położonego poniżej.

Kreacja 320x250 px

- waga: do 60 kB (html5 do 150 kB)
- rozmiar: 320x250 px lub 300x250
- format: jpg, gif, png, HTML5

Kreacja 320x420 px

- waga: do 80 kB (html5 do 160 px)



- rozmiar: 320x420 px
- format: jpg, gif, png, HTML5,

Topboard multiscreen (desktop)

Forma tego typu jest emitowana na górze strony i zajmuje całą szerokość serwisu. Kreacja składa się ze statycznego obrazka, który jest skalowany do szerokości okna przeglądarki. Przykładowo przy szerokości okna przeglądarki 1360px kreacja skaluje się do wysokości 170px.

Elementy wymagane:

- waga: 100kB,
- rozmiar: szerokość 1920px wysokość 240px
(**UWAGA!!! dla kreacji emitowanych z wykorzystaniem adserwera Klienta dopuszczalne rozmiary: 1920x240px, 1360x170px, 1680x210px**),
- format: jpg, png.

Topboard multiscreen HTML (desktop)

Forma tego typu jest emitowana na górze strony i zajmuje całą szerokość serwisu. Kreacja musi być przygotowana w sposób responsywny tak, aby automatycznie dostosowała się do szerokości okna przeglądarki zachowując przy tym proporcje.

Elementy wymagane:

- waga: do 250kB;
- rozmiar: szerokość 1920px wysokość 240px
(**UWAGA!!! dla kreacji emitowanych z wykorzystaniem adserwera Klienta dopuszczalne rozmiary: 1920x240px, 1360x170px, 1680x210px**),
- format: HTML5.

Elementy opcjonalne

- Kreacja może zawierać materiał video, musi jednak spełniać poniższe wymagania:
 - brak autostartu, materiał odtwarzany dopiero po kliknięciu w przycisk play;
 - materiał video nie może być buforowany w playerze przed startem;
 - player musi zawierać przycisk do wyciszenia głosu;
 - waga materiału do 2MB.

Topboard multiscreen (mobile)

Forma tego typu jest emitowana na górze strony i zajmuje całą szerokość serwisu. Kreacja składa się ze statycznego obrazka, który jest skalowany do szerokości okna przeglądarki. Przykładowo przy rozdzielczości 320px kreacja skaluje się do wysokości 140px.

Elementy wymagane:

- waga: 50kB,
- rozmiar: szerokość 920px wysokość 400px
(**UWAGA!!! dla kreacji emitowanych z wykorzystaniem adserwera klienta dopuszczalny rozmiar 320x140px**),



- format: jpg, png.

Topboard multiscreen HTML (mobile)

Forma tego typu jest emitowana na górze strony i zajmuje całą szerokość serwisu. Kreacja musi być przygotowana w sposób responsywny tak, aby automatycznie dostosowała się do szerokości okna przeglądarki zachowując przy tym proporcje.

Elementy wymagane:

- waga: do 150kB,
- rozmiar: szerokość 320px wysokość 140px
(**UWAGA!!! dla kreacji emitowanych z wykorzystaniem adserwera klienta dopuszczalny rozmiar 320x140px**),
- format: HTML5.

Mailing

W sieci IDMnet jest wiele serwisów, które umożliwiają wysyłkę listów reklamowych. Każdy z serwisów posiada swoją własną specyfikację mailingu.

Wymagania:

- a) Waga: do 250kB.
- b) Standardowy czas realizacji mailingu: 7 dni
- c) Warunkiem koniecznym wysłania listu jest podanie:
 - nadawcy listu,
 - tematu
 - podpisu (stopki). Podpis musi w jednoznaczny i prawdziwy sposób identyfikować nadawcę listu
 - zwrotnego adresu email umożliwiającego odpowiedź na wiadomość
 - adresów mailowych do wysyłki testowej.

Nie ma możliwości wysłania listu z pominięciem jednego z wyżej wymienionych elementów.

- d) Tytuł mailingu oraz nazwa nadawcy nie może wprowadzać odbiorcy w błąd. W szczególności nie może imitować zwykłej korespondencji z użytkownikiem (np. RE, FW itp.) lub sugerować, że przesyłka jest korespondencją prywatną.
- e) Tytuł mailingu nie powinien być w całości pisany wielkimi literami.
- f) Pola nadawcy i tematu w mailingu mogą mieć maksymalnie po 100 znaków. Jeżeli występują polskie znaki, to dopuszczalna ilość znaków się zmniejsza: - przy jednym polskim znaku - maksymalnie 80 - przy wszystkich polskich znakach - maksymalnie 25.
- g) W przypadku mailingu wysyłanego w formacie tekstowym (txt) konieczne jest określenie przez reklamodawcę, czy powinny być rejestrowane przez IDMnet statystyki kliknięć w linki w treści listu reklamowego.
W przypadku zliczania kliknięć w mailingu tekstowym odnośniki (tzw. linki) dostarczone przez klienta zostaną podmienione i będą widoczne w liście w postaci np.
<http://traffic.idmnet.pl/mailing/123456/link1>
Wszystkie składniki mailingu (pliki graficzne, teksty, pliki html) powinny być przekazane do IDMnet jako gotowe materiały reklamowe, ponieważ są one pobierane z serwerów IDMnet lub serwerów partnerów zrzeszonych w sieci IDMnet. HTML nie może odwoływać się do plików graficznych pobieranych z serwerów zewnętrznych.
- h) Przekierowanie do serwisu reklamodawcy bądź wyświetlanie dodatkowych treści reklamowych nie znajdujących się bezpośrednio w liście reklamowym, lecz pobieranych z



serwera innego niż serwer IDMnet (lub serwer partnera zrzeszonego w sieci IDMnet), nie może być automatyczne. Może się ono odbyć wyłącznie po kliknięciu przez użytkownika w odpowiedni odnośnik zawarty w liście reklamowym.

- i) Szerokość mailingu nie powinna być większa niż 650 px - dotyczy to głównie mailingów przygotowanych z użyciem nieskalowanej tabeli.
- j) W kodzie mailingu nie mogą być zamieszczane JavaScript'y, ramki, elementy dynamicznego html oraz obiekty Active X (np. animacje flash).
- k) Kod html nie może zawierać znacznika <TEXTAREA>, nie może mieć także w znaczniku <INPUT> atrybutu type="image". Kod nie może również zawierać znacznika <TITLE> oraz <META> innego niż deklaracja kodowania czcionki a także nie może zawierać deklaracji <!DOCTYPE ...>.
- l) Kod html musi być wolny od błędów. Mailingi przygotowywane w formacie html powinny być zgodne ze standardem W3C dla html 4.01 (<http://www.w3.org/TR/html401/>). Nie będą przyjmowane do emisji mailingi kodowane w standardzie XML, XHTML ani w formacie MS Word.
- m) Deklaracje „position: absolute” i „position: relative” zamieszczone w kreacji są niedozwolone. Dopuszczamy jedynie pozycjonowanie tła, czyli „background - position”.
- n) Obrazki nie mogą być umieszczone w sekcji style, gdyż uniemożliwia to zapisanie kreacji przez system. Dodatkowo obrazki umieszczone w stylach nie będą wyświetlane w MS Outlook w wersji 2007 i nowszych ze względu na specyfikę tego programu.
- o) Niektóre programy pocztowe nie wyświetlają prawidłowo elementów graficznych mailingów, dopóki użytkownik nie skorzysta z opcji „pobierz obrazki”.
- p) Do testowania mailingu wykorzystywany jest system pocztowy partnera IDMnet. Testy wykonujemy na wskazane przez zleceniodawcę adresy pocztowe (nie więcej niż 3).
- q) Aby zoptymalizować wyświetlanie mailingów na klientach pocztowych oraz urządzeniach mobilnych, każdy element graficzny istotny dla treści reklamowej powinien być opatrzony poprawnym opisem ALT w przykładowej postaci: . ALT pokazuje krótki opis zdjęcia, po najechaniu na nie kursorem myszki. Opis ALT pokazuje się również w przypadku, gdy w kliencie poczty zostanie wyłączone pokazywanie grafik i zdjęć lub gdy klient poczty nie obsługuje poprawnie formatu grafiki.
- r) Jeżeli klient życzy sobie umieszczenia kodów monitorujących, kody te powinny być wpięte w kreację i przesłane jako jeden plik html.

