



**Specyfikacja techniczna
form reklamowych
VIDEO**

Aktualizacja 15.11.2021

Spis treści

I. Zasady ogólne	3
II. Formaty VIDEO	4
2.1. Standard Video → Desktop Mobile Smart TV	4
2.2. Branded Video → Desktop	5

I. Zasady ogólne

Forma reklamy umożliwiająca emisję materiału wideo w ramach nośnika reklamowego. Film reklamowy opatrzony jest w standardowe przyciski nawigacji, umożliwiające zatrzymanie go w dowolnym momencie czy regulacją poziomu głośności.

1. Nadesłane kreacje nie mogą wywoływać ostrzeżeń i błędów podczas wyświetlania, lub w inny sposób zakłócać działania stron, na których są wyświetlane. reklamy powodujące występowanie błędów lub ostrzeżeń w przeglądarce użytkownika nie będą przyjmowane do emisji.
2. Nazwy nadsyłanych kreacji nie powinny zawierać polskich znaków i spacji, pliki powinny być oznaczone wg schematu: reklamodawca/nazwa_kampanii_typ reklamy_rozmiar.rozszerzenie lub typ reklamy_rozmiar_rozszerzenie
3. Wymagamy przesłania jednorazowo kompletu kreacji, na cały okres trwania kampanii, minimum 3 dni robocze przed jej rozpoczęciem. W innym przypadku nie gwarantujemy terminowego startu kampanii.
4. Z kompletem kreacji musi być dostarczony aktywny adres, na jaki mają kierować kreacje po kliknięciu – chyba, że kreacja ma być nieklikalna.
5. Zastrzegamy sobie prawo do zmiany rozdzielczości, a także przekonwertowania otrzymanego filmu na inne formaty.
6. Reklamy/Wskazania sponsorskie przeznaczone do emisji dostarczane są do POLSAT MEDIA cyfrowo w postaci plików przesyłanych za pośrednictwem platformy Polsat Media AdFlow dla materiałów video, zgodnych ze specyfikacją techniczną dostępną pod adresem: <https://adflow.polsatmedia.pl>. Materiały emisyjne wgrane na platformę Polsat Media Adflow są przechowywane przez 3 (trzy) miesiące od daty ich ostatniej emisji. Po upływie tego terminu POLSAT MEDIA ma prawo usunąć taki materiał emisyjny bez konieczności informowania o tym Reklamodawcy.

II. Formaty VIDEO

2.1. Standard Video → Desktop Mobile Smart TV

Reklama linearna, w formie spotu reklamowego emitowanego przed (preroll), w trakcie (midroll), lub po (postroll) materiałach video. Reklama jest dostępna na wszystkich platformach, tj. na komputerach osobistych, urządzeniach mobilnych (telefonach komórkowych oraz tabletach) oraz na platformie telewizyjnej. Reklama jest klikalna na wszystkich platformach poza platformą telewizyjną.

Wymagane materiały:

- Format kontenera pliku – MP4
- Format kodowania wideo – H264/AVC
- Profil formatu kodowania wideo – High
- Bitrate wideo – 9-15 Mb/s
- Rozdzielczość – 1920x1080
- Rodzaj skanu – progresywny
- Proporcje obrazu – 16:9
- FPS – 25
- Format kodowania audio – AAC
- Liczba ścieżek audio – 2 (stereo)
- Częstotliwość próbkowania – 44,1 lub 48,0 kHz
- Waga pliku – bez ograniczeń



Uwagi:

- spot musi posiadać, oprócz ścieżki video, również ścieżkę audio
- Podane wyżej rozdzielczości dotyczą efektywnego obszaru reklamy video – tzn. odnoszą się do obszaru bez kaszet
- Dopuszczalne są inne czasy trwania spotu reklamowego niż 30 sekund

2.2. Branded Video → Desktop

Połączenie reklamy wideo z elementami interaktywnymi, umieszczonymi bezpośrednio nad odtwarzanym spotem reklamowym.

Wymagane materiały:

- kod emisyjny w standardzie VPAID przygotowany na podstawie ustandaryzowanego spotu reklamowego otrzymanego od Polsat Media



Uwagi:

- Dźwięk w reklamie jest dozwolony bez interakcji ze strony użytkownika