



**Specyfikacja techniczna
form reklamowych
VIDEO**

Aktualizacja 28.12.2020

I. Zasady ogólne	3
II. Formaty VIDEO	4
2.1. Pre-Roll/Mid-Roll/Post-Roll → WWW APP TV	4
2.2. Branded pre-roll/mid-roll/post-roll → WWW.....	4

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, wyciszenie dźwięku, powrót do początku oraz jego powtórzenie.

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. Kreacje muszą posiadać rozmiar i wagę podaną w szczegółowej specyfikacji danego formatu reklamowego;
5. Z kompletem kreacji musi być dostarczony aktywny adres, na jaki mają kierować kreacje po kliknięciu – chyba, że kreacja ma być nieklikalna;
6. Zastrzegamy sobie prawo do zmiany rozdzielczości oraz redukcji liczby klatek na sekundę a także przekonwertowania otrzymanego filmu na inne formaty.

II. Formaty VIDEO

2.1. Pre-Roll/Mid-Roll/Post-Roll → WWW APP TV

Reklama linearna, w formie spotu reklamowego emitowanego przed, w trakcie, lub po 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 smart tv.

Wymagane materiały:

- format: MP4
- rozdzielczość: minimum 720i/p
- pixel aspect ratio: 16:9
- maksymalny poziom AUDIO: -9DBFS
- FPS: 25
- waga: brak 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 pre-roll/mid-roll/post-roll → WWW

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

Emisja tylko podczas trwania spotu reklamowego.

Wymagane materiały obejmują dwa elementy:

- przygotowany wg wytycznych dla linearnej reklamy video
- nakładka - przygotowana wg poniższych wytycznych:
- waga: do 40kb
- format: JPG/PNG
- wymiary: dowolne (zalecane do 650x150px przy orientacji poziomej i do 100x300px przy orientacji pionowej)

Uwagi:

- Dźwięk w reklamie jest dozwolony bez interakcji ze strony użytkownika

