

# PRAVIDLA ONLINE REKLAMNÍCH FORMÁTŮ

pro portály Peníze.cz, Finmag.cz,

Heroine.cz, Jsmepartners.cz

## OBEČNÉ SPECIFIKACE

Souhrn pravidel, jejichž dodržení je základním předpokladem ke schválení a nasazení bannerů prostřednictvím reklamního systému. Není-li uvedeno jinak, tato pravidla platí pro všechny typy bannerů.

1. Banner musí být v souladu s platnými právními předpisy.
2. Nesmí se jednat o reklamu soutěžitele v rámci hospodářské soutěže se společností Partners media, popř. některého jejího partnera.
3. Banner musí být v souladu obchodní politikou společnosti Partners media.
4. Banner nesmí být příliš agresivní, ve smyslu chvění a blikání – za agresivní banner je považována kreativa, která ve velmi krátkém časovém intervalu (kratším než 1 vteřina) výrazně mění barvy, nadpisy či jiné významné grafické prvky, které mohou uživatele vyrušovat při práci se stránkou.
5. Banner nesmí obsahovat vulgarismy či jiné neetické prvky.
6. Banner nesmí překročit povolené datové limity a musí mít správné rozměry na požadovanou pozici.
7. Banner nesmí obsahovat ovládací prvky operačních systémů a nesmí vypadat jako systémové hlášky.
8. Banner nesmí obsahovat žádné zvuky, výjimkou je pouze videobanner.
9. Kreativa v HTML formátu a prvky, které obsahuje, nesmějí datově překračovat limity pro daný formát.
10. Banner nesmí jakkoliv zasahovat do stránky nebo ovlivňovat chování prvků stránky, které nejsou součástí komerční plochy (banneru). Nesmí měnit titulek stránky ani její hlavní obsah či samovolně upravovat nalistovanou adresu bez prokliknutí banneru.
11. V názvech souborů dodaných bannerů se nesmí vyskytovat diakritika, mezery ani zvláštní znaky. Místo mezery lze použít podtržítka „\_“.
12. Předání všech verzí banneru a cílové URL adresy je nutné nejpozději dva pracovní dny před začátkem kampaně, pokud není uvedeno jinak.

## PRAVIDLA PRO POUŽÍVÁNÍ EXTERNÍCH KÓDŮ

1. Standardně jsou přijímány externí kódy Gemius, BBmedia, AdForm, DoubleClick. Vyhrazujeme si právo odmítnout kódy, které nebudou splňovat podmínky standardní funkčnosti.
2. Jeden externí kód může zobrazovat pouze jeden banner. Pokud je požadavek na zobrazení několika různých bannerů, je nutné dodat příslušný počet kódů.
3. Bannery vydávané prostřednictvím externích kódů nelze po schválení měnit bez předchozí konzultace a případně opětovného schválení.
4. Žádné nestandardní formáty nelze realizovat prostřednictvím externích kódů.
5. Reklamní kód je vkládán do stránek pomocí odkazu na javascript `<script language="JavaScript" src="reklamni_kod.js"></script>`.

6. Reklamní kód musí být uložen v jednom externím souboru a vložen do stránky odkazem. (Všechny funkce musí být přímo součástí kódu.)
7. V kódu musí být označeno místo, kde se zadává clickthru a cesty k flash bannerům. Ideální místo je na začátku scriptu, kde se cesty k souborům a clickthru přiřadí do proměnné.

Společnost Partners media si vyhrazuje veškeré právo k odmítnutí reklamy.

## HTML5

- Banner poběží jako samostatná HTML stránka v iframu, čímž je vyloučeno riziko technické i vizuální kolize s jinými prvky stránky. Potřebuje-li být banner mimo iframe, musí být dodaný s větším předstihem a bude podroben důkladnější kontrole.
- Banner nesmí působit viditelné potíže v žádném prohlížeči (ani ve starším, třeba v Internet Exploreru 8).
- Nesmí vyvolávat JS chyby ani psát cokoli do konzole.
- Podklady pro banner se (včetně externích zdrojů, např. písma z Google Fonts) musí vejít do datového limitu 100 kB. Tím je vyloučeno i použití různých JS frameworků (YUI, MooTools, Prototype.js, jQuery a spol.) a CSS frameworků (Bootstrap, Foundation).
- Banner nesmí nadměrně zatěžovat procesor. Jako reference slouží počítač s CPU Intel Core 2 (1,86 GHz).
- Obslužné CSS i JS by měly být přímo uvnitř HTML.
- Celá prokliknutelná část banneru musí být uvnitř odkazu (element `<a>` s atributem `href`, žádný `onclick`). Cílovou adresu do atributu `href` nastaví náš reklamní systém.
- Uvnitř iframu se nesmí odehrát žádné přesměrování (nebo jiná změna adresy) způsobující, že kliknutí na tlačítko Zpět v prohlížeči na naší stránce nepovede na předchozí stránku.
- Prokliknutelná část banneru musí mít při najetí myši standardní kurzor ruky, který mívají odkazy. Neprokliknutelné části takový kurzor mít nesmí.
- Banner si nesmí ukrást focus nebo způsobit odchod z naší stránky bez standardní explicitní akce uživatele (tj. bez kliku myši, bez stisknutí enteru, bez dotyku ukončeného v místě, kde začal).
- Banner nesmí vydávat zvuky bez najetí myši nebo bez explicitní akce uživatele.

## IMAGE

- Bannery přijímáme pouze ve formátech JPG, GIF, nebo PNG (není-li uvedeno jinak).
- Musí mít přesný rozměr podle specifikace pro danou reklamní pozici.
- Musí dodržet maximální datovou velikost pro daný formát.
- Musí být vytvořeny v barevném prostoru RGB (nikoliv CMYK) □ doporučujeme rozlišení 72 dpi.

## FLASH (SWF)

- Bannery musí obsahovat definici prokliku (clickthru) podle specifikací níže.
- Musí mít přesný rozměr podle specifikace pro danou reklamní pozici.
- Musí dodržet maximální datovou velikost pro daný formát.
- Nesmí extrémně zatěžovat CPU; jako reference slouží počítač s CPU Intel Core 2 (1,86 GHz).
- Doporučujeme exportovat maximálně do verze Flash Playeru 10.3 (verze SWF 12).

Upozornění: S každým flash bannerem (SWF) musí být dodán i záložní obrázek ve formátu JPG/GIF/PNG (viz specifikace Image) který se použije v případě blokování flash banerů. Pokud nebude dodán záložní obrázek, kampaň nebude spuštěna. Alternativou k flash bannerům může být HTML5.

**Definice prokliku (clickthru):** Pokud je kreativa ve formátu Flash (swf), musí obsahovat definici prokliku (clickthru), která vychází z doporučení Sdružení pro internetovou reklamu (SPIR).

## Formáty obrázků pro reklamní bannery:

- JPEG: Hodí se na fotky. Nepodporuje průhlednost. Používá ztrátovou kompresi, která nemá ráda šrafování a jednolitou červenou a má naopak ráda zarovnání bloků do mřížky 8×8 pixelů. Datová velikost je úměrná rozměrům, nikoliv obrazové složitosti.
- PNG: Hodí se na veškerou ostatní grafiku (loga, nápisy...), může mít průsvitné části. Komprese je běžně bezztrátová, ale je možné omezit paletu na 256 (a méně) barev, což může velikost srazit. Datová velikost je úměrná obrazové složitosti, nikoliv rozměrům.
- SVG: Hodí se na veškerou vektorovou grafiku. Je bezztrátově zvětšovatelný, ale může být datově náročný.
- GIF: Hodí se pouze na pohyblivou grafiku. Pro statický obrázek je vždy horší než PNG.