

Linee guida per creatività advertising

Per pianificare sui siti del Network Bravofly è necessario attenersi alle regole di pubblicabilità e specifiche tecniche di seguito riportate.

Scadenze: i materiali devono pervenire almeno 5 gg prima dell'inizio della campagna

Rich Media: rich media e formati speciali, o banner multimediali complessi (non gif o jpeg) necessitano di una fase di testing. (vedi pag. 5)

Adserver: Tutti i formati advertising sono serviti da ad-server "Ad.Agio3.1", ad eccezione dei seguenti prodotti adv:

Newsletter

DEM

SMS

Mail di conferme acquisto

Risultati della ricerca naturale

Per i suddetti prodotti verrà fornita una reportistica su file .xls a fine campagna.

Regole generali di pubblicabilità

Indipendentemente dalle regole di pubblicabilità qui riportate – e come regolamentato dall'informativa commerciale presente sui moduli d'ordine - il committente della pianificazione pubblicitaria manterrà Batala S.r.l. e Bravofly indenne da ogni responsabilità in dipendenza della realizzazione, del contenuto e della diffusione della pubblicità oggetto dell'ordine, sollevandola altresì da ogni e qualsiasi reclamo, pretesa, richiesta o azione in merito.

La pubblicazione di qualsiasi campagna/creatività è sempre subordinata all'approvazione insindacabile di Bravofly.

Utilizzo dei Brands del Gruppo Bravofly:

- Per nessun motivo il committente potrà decidere autonomamente di far uso del nome e/o dei marchi del Gruppo Bravofly, abbinandolo al proprio o riportandolo nella creatività utilizzata.
- L'eventuale utilizzo del brand deve essere preventivamente concordato ed approvato dalla Direzione Marketing di Bravofly.

In generale qualsiasi comunicazione commerciale deve sempre essere evidente come tale: **tutti gli spazi di comunicazione dovranno pertanto essere opportunamente distinti e distinguibili rispetto al contenuto editoriale/di servizio della pagina.**

Saranno giudicati ingannevoli, e quindi rifiutati, tutti i banner che per creatività/forma/colore/contenuti tenderanno a proporsi come parte integrante della pagina di Volagratis; in particolare non saranno accettati:

- Banner il cui sfondo (o parte di esso) sia di colore identico a uno dei colori istituzionali della pagina Volagratis (es. le sfumature dell'azzurro utilizzate da Volagratis)
- **Banner con sfondo bianco non delimitati da bordino:** i banner bianchi devono sempre avere un bordino (preferibilmente nero) che delimiti l'area di pubblicazione del contenuto advertising (saranno pertanto rifiutati banner con loop contenenti frame totalmente bianchi, o banner con sfondo bianco solo parzialmente delimitati da bordino esterno)
- Banner con sfondo trasparente

- **Banner la cui forma e/o contenuto richiama gli elementi che caratterizzano l'offerta editoriale/di servizio di Bravofly** (es box di ricerca Volagratis, grafica/forma della header di pagina, utilizzo dello styling Volagratis, etc)
- Banner che simulino operazioni di download o errori di collegamento; banner fraudolenti che inducono l'utente ad interrompere un'azione accidentale
- Banner che simulino la navigazione delle creatività (avanti/indietro, relativi alle immagini contenute nella creatività) o la possibilità di partecipare ad un'indagine (si/no con check button)
- Immagini che tendono a proporsi come parte integrante della pagina, devono riportare la scritta "pubblicità" visibile su sfondo blu con carattere bianco
- Immagini graficamente sgranate e poco leggibili
- Il link del banner deve puntare ad un sito che sia attinente alla creatività del banner stesso (es. se si parla di loghi, il link non può puntare ad un sito eros)
- Nel caso di Clienti dialer e gambling non è consentito all'interno della creatività l'utilizzo della dicitura "gratuito"/"gratis".

Banner di clienti con siti dialer

Affinchè l'inserzione sia accettata, l'inserzionista dovrà:

- Fornire nella pagina di destinazione un messaggio facilmente leggibile, con una dimensione carattere di almeno 10 punti, in cui si informa dell'utilizzo del Dialer e del costo al minuto, in formato numerico (non testuale), della chiamata effettuata tramite il Dialer.
- Dare agli utenti la possibilità di scegliere se avviare il download del Dialer. **I download non devono essere avviati in maniera automatica, né possono essere consentite le operazioni automatiche associate ad ActiveX; per avviare il Download gli utenti devono fare clic su OK nella relativa finestra di dialogo.** Se non è prevista la possibilità di interrompere il download facendo click su "No", l'annuncio non verrà approvato e l'editore si riserva il diritto di interrompere l'erogazione di tali creatività. Inoltre l'uso del Dialer deve essere riproposto se l'utente ha già espresso parere negativo (click su "no").
- Fornire nella pagina di destinazione informazioni sufficientemente dettagliate, sui contenuti a cui è possibile accedere tramite il Dialer, in modo da consentire agli utenti di decidere se scaricare il Dialer. In particolare, nella pagina e nelle eventuali jump page precedenti alla comparsa del pop-up di attivazione del Dialer non dovranno esserci messaggi ingannevoli o poco chiari, ad esempio " clicca SI sulla finestra che apparirà". Nel testo dell'annuncio o nel proprio sito possono essere inserite solamente affermazioni veritiere circa il prodotto o servizio fornito attraverso il Dialer.

Limiti di animazione e peso:

- Regole di loop, numero frame e tempi di animazione:

✓ **Banner in Home Page e nelle pagine interne**

Il tempo totale di animazione non può essere superiore ai 10 sec. (tempo di animazione complessivo della creatività flash, o tempo di sequenza dei frame che compongono l'animazione).

E' consentito un massimo di 2 loop, ovvero 2 ripetizioni dell'intera animazione flash o della sequenza di frame che compone l'animazione gif; in entrambi i casi la durata

dell'animazione completa (somma dei 3 loop) dovrà comunque essere inferiore ai 10 secondi.

➤ **Limiti di peso :**

Per quanto concerne i limiti di peso relativi a ciascuno dei formati accettati su Volagratis si rimanda alle specifiche tecniche (pag. 6)

➤ **Movimento della creatività**

Non sono ragionevolmente quantificabili parametri di velocità dell'animazione della creatività (sia essa flash o sequenza di gif); ciononostante la facile fruibilità della pagina non deve essere mai compromessa da banner caratterizzati da animazioni eccessivamente veloci: non si accettano quindi banner caratterizzati da "tremolio continuo" o sequenza di frame "eccessivamente veloce" al punto da disturbare la navigazione e/o la facile lettura della pagina.

➤ **Utilizzo di file audio**

Non si accettano banner audio in Home Page di Volagratis.

Sulle pagine interne si accettano banner con audio solo se l'audio è presente unicamente sul primo loop. Non si accettano comunque banner audio nelle pagine che ospitano contenuti editoriali multimediali (contenenti multimedia player)

Regole di pubblicabilità: banner "erotici" e "pornografici"

➤ **Banner a contenuto erotico:**

La pubblicazione di banner che utilizzano soggetti "erotici" (tipicamente banner che pubblicizzano siti di loghi e sfondi offerti a pagamento) è consentita solo ed esclusivamente dalle ore 23 alle ore 6 e comunque NON in Home Page.

Pertanto non si potranno utilizzare creatività – al di fuori dei suddetti orari e comunque in HP – che utilizzino:

- ✓ Corpi di donne/uomini nudi
 - ✓ Loop di immagini di donne/uomini il cui movimento lasci intendere atti sessuali o situazioni di libido
 - ✓ Primi piani del viso/parti del corpo che lascino intendere atti sessuali o situazioni di libido
 - ✓ In generale creatività che per soggetti/ animazioni/movimenti esprimano una forte carica sensuale, tale da richiamare chiaramente situazioni di libido
- **Banner a contenuto pornografico:**

Si intendono creatività hard tutte le creatività con contenuto pornografico, mentre le creatività soft non devono riportare in maniera esplicita atti sessuali, e non devono mostrare organi genitali riproduttivi.

Regole di pubblicabilità

➤ **Contenuti NON appropriati**

Di seguito una lista di contenuti NON pubblicabili o la cui pubblicazione è soggetta a verifiche e quindi ad approvazione specifica (ad es. per vincoli di legge):

- ✓ Armi
- ✓ Droghe
- ✓ Super alcolici (oltre i 21°)
- ✓ Tabacco (sigarette, sigari, pipe, tabacco, etc)
- ✓ Pornografia
- ✓ Sensazionalismo (pettegolezzi, scandali, alieni)
- ✓ Morte (imprese funerarie, etc)
- ✓ Linguaggio non appropriato, simboli di linguaggio non appropriato (x@#%!)
- ✓ Scommesse (escluse lotterie di stato, concorsi e tornei di fantasia)
- ✓ Politica

- [Contenuti non appropriati per Junior](#)
- ✓ Alcolici di ogni tipo (birra, vino)
- ✓ Grafica violenta (compresi alcuni siti di giochi)
- ✓ Contraccettivi
- ✓ Cartoni animati o altri personaggi
- ✓ Doppi sensi

Regole di "puntamento"

Il banner non può portare direttamente ad una maschera di registrazione, all'ingresso di un concorso, o altre schermate che richiedano immediatamente informazioni personali. Quando vengono richieste informazioni personali deve essere specificato che per i minori di 18 anni è necessario il permesso dei genitori per fornire tali informazioni.

URL

Non si accettano URL che puntano a pagine da cui non è possibile, tramite il pulsante "back" del browser, tornare alla pagina iniziale del sito da cui si aveva fatto click sul banner. Nel caso in cui il sito di arrivo non consenta questa funzionalità in quanto assente la toolbar del browser, il sito si deve aprire in una nuova finestra che non sia a tutto schermo in modo che rimanga visibile il sito Bravofly.

L'attività dell'inserzionista si deve interrompere nell'istante in cui l'utente chiude la finestra che si è aperta dopo aver cliccato sul banner (es. Clicco su un banner, si apre il sito dell'inserzionista, lo chiudo e da quel momento l'inserzionista non deve più esercitare nessuna attività con l'utente: es. no apertura di pop up).

Specifiche tecniche

Rich Media: rich media e formati speciali, o banner multimediali complessi (non gif o jpeg) necessitano di una fase di testing.

- Oltre alla creatività (DHTML o Flash) è necessaria la gif sostitutiva, per l'approvazione editore e per gli utenti i cui browser non supportano le creatività rich-media.
- Per banner flash servono i seguenti file:
 - File sorgente .fla
 - file.swf
 - font in formato windows
 - gif sostitutiva

Il flash banner deve contenere la variabile **clicktag** per il tracciamento dei click.

In particolare, il codice del flash deve accettare il parametro esterno clicktag, utilizzando il seguente codice sul bottone trasparente:

```
on (release) {  
  
    getURL(clicktag, "_blank");  
  
}
```

dove `_blank` è un parametro opzionale (`_self`; `_parents`; `_top`)

Durante l'erogazione della creatività, l'adserver [**ad.agio**] sostituirà l'URL di destinazione fornito dal cliente (Landing page) con un link di tracciamento (tracking URL). Quando l'utente clicca sul banner, [**ad.agio**] registra il click e ridirige il browser dell'utente all'URL di destinazione per esso specificato.

Insieme al flash banner deve essere fornita anche la gif (o jpeg) corrispondente, che verrà visualizzata solo nel caso in cui l'utente finale non utilizza il flash.

- La gestione in redirect di creatività flash, non consente al nostro adserver di conteggiare i click, ma il conteggio verrà registrato dall'advertising server del centro media.
- Le creatività HTML (non devono contenere codice javascript e includere file css) DHTML, e Flash potrebbero creare o avere malfunzionamenti per via di animazioni JavaScript o Flash già presenti sulla pagina dell'editore.

“Formati Standard”

FORMATO	PESO		AUDIO	DHTML
	GIF	FLASH		
Sito Volagratis				
Wide SkyScraper 160x600	15k	20k	NO	NO
Box 300x200	15k	20k	NO	NO
Box 300x250	15k	20k	NO	NO
Maxibanner 585x190	15k	20k	NO	NO
Leaderboard 728x90	15K	20K	NO	NO
Button 120x90	10k	NO	NO	NO
Pop under 300x300	20k	20 k	NO	NO
pop under 550x550	50k	50k	NO	NO
Text link	Max 45 caratteri			
Newsletter				
Tutti I formati di cui sopra	15k	NO	NO	NO
FORMATO	foto	testo		
Text link	NO	testo: max 120 caratteri spazi compresi		
Logo offerte speciali	80x55 - 5k			

Riepilogo Formati Sito, Newsletter, DEM

⇒ 300x200 “Box”

Gif peso max 15K, **Flash** 20 K

Animazione: loop 1

Audio: Si solo per il primo loop

Expanding: Si

Dhtml floating: No

Redirect: Si

⇒ 300x250 “Box”

Gif peso max 15K, **Flash** 20 K

Animazione: loop 1

Audio: Si solo per il primo loop

Expanding: Si

Dhtml floating: No

Redirect: Si

⇒ 585x190 “Maxibanner”

Gif peso max 15K, **Flash** 20 K

Animazione: loop 1

Audio: Si solo per il primo loop

Expanding: Si

Dhtml floating: No

Redirect: Si

⇒ **728x90 “Leaderboard”**

Formato: 728x90 pxl

Gif o flash: peso max 15-20 K

Animazione: loop 1

Audio: NO

Redirect: Si

⇒ **160x600 “Wide Skyscraper”**

Gif peso max 15K, **Flash** 20 K

Animazione: loop 1

Audio: Si solo per il primo loop

Expanding: Si

Dhtml floating: No

Redirect: Si

⇒ **120x90 “Button”**

Gif peso max 10K,

Animazione: no loop infinito

Redirect: no

⇒ **800X55 Offerte Speciali**

Formato logo: 800x55 peso max 3k

Testo: 120 battute

“Pop Under”

⇒ **Pop under 300x300-550x550:**

Finestra che si apre automaticamente quando la pagina viene caricata

Tipo creatività: gif, flash, html (la creatività html non deve contenere codice javascript)

Dimensioni e peso:

- 300x300 : 20K x tutti i tipi di creatività
- 550x550: 50K x tutti i tipi di creatività

Limite di frequenza: 1 sessione su tutto il portale

Limite di frequenza: 1 sessione sulla **sezione search** pianificato a keyword (prima pagina di listato)

Redirect: SI

Audio: NO

Note tecniche:

- La url non deve far riferimento a Volagratis (es: no Volagratis.xxx.it – utilizzo scorretto del nostro brand)
- Caricamento pop-under solo dopo caricamento completo della pagina di Volagratis
- Il pop-under NON apre automaticamente altre finestre
- Il title della finestra pop-under deve iniziare con la parola “pubblicità”

“DEM”

⇒ **DEM 550x ... :**

Direct Email

Tipo creatività: html (immagini gif, jpeg)

Dimensioni e peso:

- 550x ... : 60 kb

Audio: NO

Flash: NO

DHTML: NO

Redirect: SI

NB: Non si accettano immagini mappate

“Invio Materiali”

I materiali devono essere inviati almeno cinque giorni prima della partenza della campagna a:

batala@batala.it

“DEM”

Specifiche

1. Impaginazione dei contenuti. Tutto il contenuto del messaggio va inserito all'interno di una tabella a larghezza fissa (specificando quindi la larghezza nell'attributo width del tag table).

2. Larghezza consigliata. La tabella esterna citata nel punto 1 dovrà avere una larghezza fissa. La larghezza consigliata è di 550 pixel: in questo modo si è sicuri che non compaia la barra di scorrimento orizzontale su tutti i principali programmi di posta e webmail.

Se avete invece l'esigenza di un layout con una larghezza maggiore, la larghezza massima che raccomandiamo è di 600 pixel: molti programmi e webmail visualizzeranno il messaggio correttamente e dove invece comparirà la barra di scorrimento orizzontale, sarà comunque uno scorrimento minimo che non dovrebbe creare fastidio all'utente finale.

3. Lunghezza consigliata. NON c'è una lunghezza consigliata per motivi tecnici. Ovviamente i messaggi di una newsletter o di una DEM commerciale per essere efficaci non dovrebbero essere troppo lunghi, ma rimandare il più possibile a pagine web attraverso l'inserimento di link nel messaggio.

4. Immagini. Le immagini andrebbero caricate su un server (su quello di ContactLab o su un vostro server) e poi inserite nel messaggio nell'attributo src del tag img. Il formato deve essere jpg o gif (può essere anche una gif animata). Si sconsiglia vivamente di inserire immagini mappate. Ogni immagine dovrebbe pesare il meno possibile per rientrare nel limite complessivo di peso consigliato (vedi sotto punto 5).

5. Peso consigliato. Il peso di html+immagini non dovrebbe superare i 60 KB.

6. Uso dei fogli di stile. I fogli di stile (CSS) vanno usati "con parsimonia" (vedi "Regola generale" sopra).

Ecco come:

- Non usare i CSS per determinare la posizione di un elemento (es. allineamento di un'immagine o di una tabella, ecc...)

- Inserire lo stile sia come CSS interno (compreso tra i tag style nella head) sia come file esterno (caricato su un server e poi linkato all'interno del file).

- Il CSS interno dovrà essere commentato (cioè tutti gli elementi del foglio di stile, esclusi i tag style devono essere compresi tra i simboli <!-- e -->)

- Il CSS esterno dovrà essere linkato all'interno del body (non nella head).

7. Immagini di sfondo. Nel caso che un testo abbia come sfondo, evitare di scriverlo in bianco (o comunque dello stesso colore dello sfondo del "body"). Questo perché altrimenti, se l'immagine di sfondo non viene visualizzata, il testo non può essere letto.

BATALA S.R.L.

VIA INGANNI 84, - 20147 MILANO

TEL. +393488864994 – FAX +39024125068

PARTITA IVA 03731190967

8. Bilanciamento testo-immagini. E' consigliabile evitare di inserire solamente immagini nell'html: questo aumenterebbe di molto la probabilità che il messaggio finisca nell'antispam. Meglio inserire il più possibile testo scritto. Le immagini molto grandi andrebbero divise in due o più parti e poi composte usando una tabella (tag table).

9. Caratteri. Evitare le lettere accentate digitate da tastiera: meglio sostituirle con la vocale non accentata seguita da apostrofo; oppure con gli appositi codici html (es. `). Fare attenzione ai caratteri di MS Word (es. le virgolette, i puntini sospensivi, i trattini e gli apostrofi di Word sono da sostituire con i corrispettivi simboli digitati da tastiera).

10. Elementi da evitare.

- Immagini mappate. Non inserire immagini che contengono una mappa. Al loro posto, dividere l'immagine, comporla in una tabella e linkare i singoli pezzi.

- Javascript. Non inserire javascript nell'HTML del messaggio.

- Flash. Non inserire file flash (.swf) nell'HTML. Se è proprio necessario inserire elementi in movimento, usare le gif animate.

Limiti invalicabili

Le specifiche sopra indicate permettono una corretta visualizzazione nella stragrande maggioranza delle webmail e dei programmi di posta attualmente in uso. Ovviamente ci sono dei limiti indipendenti dalla nostra volontà (politiche dei singoli provider o produttori di software) che non abbiamo modo di risolvere.

Attualmente ad esempio sono note politiche di blocco dei fogli di stile da parte di GMail e di Hotmail: su queste webmail quindi il messaggio potrebbe risultare scomposto, pur rispettando le nostre specifiche.

Problemi di visualizzazione si segnalano spesso anche con il programma di posta della suite Lotus.