



LINEE GUIDA E SPECIFICHE TECNICHE FORMATI PUBBLICITARI INTERNET

Gennaio 2011

BATALA S.R.L.
VIA INGANNI 84, 20147 MILANO
TEL. +393488864994 – FAX +39024125068
PARTITA IVA 03731190967

- 1. LINEE GUIDA GENERALI**
- 2. REGOLE DI PUBBLICABILITÀ**
- 3. SPECIFICHE BANNER PER IL WEB**
 - 3.1 FORMATI TABELLARI STANDARD**
 - 3.2 FORMATI EXTRA TABELLARI**
- 4. REDIRECT**
- 5. CREATIVITÀ IN HTML**
- 6. SPECIFICHE BANNER PER NEWSLETTER**
- 7. DEM**

1. LINEE GUIDA GENERALI

Scopo del documento è quello di indicare le linee guida e le specifiche tecniche per la produzione dei materiali pubblicitari per la pubblicazione di campagne sui siti del network Batala.

Tali linee guida permettono di individuare il peso, il formato e le caratteristiche delle diverse tipologie di creatività.

- **Tutti i formati pubblicitari devono aprire una nuova finestra del browser quando vengono cliccati.** Per tutte le creatività deve essere fornita la URL di puntamento, ossia l'indirizzo Internet a cui deve essere reindirizzato il navigatore quando clicca sull'immagine. Tale URL deve corrispondere alla pagina di un sito; non è ammesso il puntamento diretto al download di file, eseguibili o meno.
- I banner vengono erogati tramite chiamate Javascript, e non attraverso frame
- Tutti i formati rich media devono avere una versione GIF alternativa e necessitano di una fase di testing. Per le creatività in formato *movie flash* si consiglia di inviare assieme ai materiali il sorgente (.fla) e i font eventualmente utilizzati. Inoltre, sempre per le creatività flash, vengono accettati preferibilmente filmati salvati nella **versione 7 o precedenti** di Macromedia Flash.
- Batala si riserva il diritto di sospendere una campagna se questa presenta problemi tecnici
- Per nessun motivo il committente potrà decidere autonomamente di far uso del nome e/o dei marchi dei siti del Network Batala, abbinandolo al proprio o riportandolo nella creatività utilizzata. L'eventuale utilizzo del Brand dovrà essere preventivamente concordato con la Direzione Marketing di Batala.

Tutti i materiali devono essere inviati almeno 5 giorni lavorativi prima dell'inizio della campagna a: batala@batala.it. La mancata ricezione dei materiali entro i tempi definiti non garantisce la pubblicazione o spedizione nella data programmata.

2. REGOLE DI PUBBLICABILITÀ

Indipendentemente dalle regole di pubblicazione riportate nel seguito – e come regolamentato dall'informativa commerciale presente sui moduli d'ordine – il committente della pianificazione pubblicitaria manterrà Batala S.r.l. e il sito su cui viene pianificata la pubblicità, 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 Batala S.r.l.
- Batala si riserva il diritto di rimuovere un annuncio dal proprio sito in qualsiasi momento e per qualsiasi ragione
- Modifiche ad una campagna esistente devono essere ricevute almeno tre giorni lavorativi prima della messa online
- Il link di puntamento di un banner non può puntare 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.
- 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. 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).
- Verranno rifiutate o bloccate in ogni momento creatività che presentino colori, elementi grafici e terminologia eccessivamente simili al contesto editoriale in cui sono inseriti e tali da indurre in inganno l'utente (cd. "Fake banner"). 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 dei siti del network (es. le sfumature dell'azzurro utilizzate da Volagratis etc)
 - 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 che non rispettino tassativamente i pesi, i formati e gli standard indicati nel seguito
 - Banner che presentino errori di ortografia, bassa qualità delle immagini (sgranate, tagliate male) e allusioni erotiche
 - Non siano presenti nella Dem chiari riferimenti del logo e del nome dell'advertiser
- Coerentemente con le policies aziendali, in nessuna area del portale dovranno essere erogati formati pubblicitari:
 - di siti a carattere pornografico

- di siti di gambling
- di siti con dialer (loghi e suonerie...)
- di siti con contenuti non appropriati

3. SPECIFICHE BANNER PER IL WEB

Le creatività gestite sono elencate di seguito. Per ognuna di esse si rimanda al paragrafo relativo.

Formati Tabellari Standard:

- 728x90 pixel;
- 300x250 pixel;
- 300x90 pixel;

Formati ExtraTabellari:

- Pop Under (anche in redirect);
- Waiting Page 1000x400 pixel (non cliccabile);
- Skin;
- Video Spot (anche in redirect);

3.1 FORMATI TABELLARI STANDARD

Le creatività tabellari possono essere sia in formato **gif/jpeg** che in formato **flash**, o gestite in redirect. Per il tracciamento dei click si presuppone di ricevere un URL già comprensiva del codice di tracciamento. Altre esigenze devono essere preventivamente richieste e testate.

- **GIF/JPEG**

Non sono richieste specifiche tecniche particolari nel caso di creatività standard **gif/jpeg**, se non il vincolo di attenersi a dimensioni e peso, oltre a dover fornire l'URL da attivare cliccando sulla gif.

Il peso massimo consentito della creatività è di 15 Kbyte

- **FLASH**

La gestione dei banner in **flash** prevede l'attivazione di un comando da inserire nel singolo filmato. Il banner flash, per operare correttamente, deve poter reindirizzare al sito del cliente quando l'utente clicca sul banner. Per far ciò il codice *.fla* del filmato deve contenere, sul livello

principale, un'area *bottone* trasparente che copra l'intera dimensione con l'azione riportata qui di seguito:

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

N.B.: `_root.clicktag` deve essere inserito senza apici in quanto variabile globale .

Deve essere fornito, a parte, il link di puntamento da attivare cliccando sul banner per l'indirizzamento al sito del cliente. E' richiesta anche un' immagine gif/jpg - di uguale dimensione e di peso - come backup nel caso in cui l'utente non riesca a visualizzare il filmato flash perché non dispone dell'apposito plug-in o il browser non supporti javascript.

Il tempo totale di animazione non può essere superiore ai 15 sec.

Il peso massimo consentito della creatività è di 20 Kbyte.

3.2 FORMATI EXTRA TABELLARI

○ **Pop Under**

Le specifiche tecniche sulla creatività sono le seguenti:

- 1) Il filmato non deve superare i **20** kbyte
- 2) I formati di riferimento sono il 300x300 pixel e il 550x550 pixel
- 3) Per i filmati flash valgono le stesse specifiche del formato standard Flash
- 4) Limite di frequenza di una volta per sessione su tutto il portale

Note tecniche:

- L'URL non deve far riferimento al nome del sito (es. Volagratis.xxx.it)
- Caricamento Pop-under solo dopo caricamento completo della pagina Volagratis
- Il pop-under NON apre automaticamente altre finestre

○ **Waiting Page**

Le specifiche tecniche sulla creatività sono le seguenti:

1. Creatività statica che non deve superare i **30** kbyte
2. Il formato di riferimento è il 1000x400 pixel non cliccabile

○ **Skin**

Le specifiche tecniche sulla creatività sono le seguenti:

1. Creatività statica gif o jpeg che non deve superare **80** kbyte
2. Il formato di riferimento è 1500x800 pixel

È necessario fornire un'unica immagine che va impostata come background del sito tenendo presente che l'area centrale, larga 990 pixel, è coperta dai contenuti del sito, e che, pertanto, tutte le immagini all'interno di quest'area non saranno visibili.

Insieme all'immagine deve essere fornita l'URL di puntamento.

○ **Video Spot**

Il video spot è un filmato in formato digitale che viene erogato con tecnologia *progressive download* secondo le seguenti modalità:

- viene scaricato ad ogni visualizzazione della pagina, o con limite di frequenza, a seconda dei siti ospitanti.
- viene visualizzato all'interno di una cornice che contiene i tasti di controllo play/pause – audio On/Off; **tale cornice viene aggiunta al filmato dalla concessionaria e non dal cliente.**
- parte in automatico, senza volume (attivabile mediante l'apposito tasto)
- successive visualizzazioni sono attivabili mediante il tasto Start
- al termine di ogni visualizzazione si ferma, visualizzando all'interno della cornice, a scelta, l'ultimo fotogramma del filmato stesso o un'immagine fornita dal cliente (immagine di fine filmato)
- durata massima: 15 secondi
- formato della posizione pubblicitaria (compresa la cornice): 300x250 pixel
- peso massimo filmato: 1,2 MB

Materiali richiesti per il Video Spot

1. **il filmato in formato digitale:** dimensione raccomandata 300x240 pixel, durata massima 15 secondi, nel formato **.flv** o **.wmv**
 2. **l'immagine di fine filmato** (opzionale): formato gif/jpg (300x240 pixel)
E' opzionale dato che non serve se si sceglie l'ultimo fotogramma del filmato. E' richiesto che all'atto dell'invio dei materiali venga esplicitamente dichiarata la scelta fatta, cioè se si desidera utilizzare l'ultimo frame dello spot o se si deve usare l'immagine eventualmente inviata.
 3. **la creatività statica** di backup per le connessioni prive del plugin Flash: formato gif/jpeg (300x250 pixel), peso max. 15 Kbyte.
4. **URL di destinazione**

4. REDIRECT

Non è consentita la gestione in redirect del formato Waiting Page, Skin e dei formati banner pubblicati nella Newsletter.

Negli altri casi il redirect è ammesso ma le creatività devono comunque rispondere alle specifiche emesse per il relativo formato.

In particolare:

- per il formato Pop Under il codice redirect deve restituire solo la grafica della creatività. L'apertura della finestra di Pop Under viene gestita direttamente dall'ad-server utilizzato da Batala;
- per il formato Video Spot il codice redirect restituisce sia il filmato che la cornice (player) che lo ospita;
- i tag di redirect devono essere standard tag e non devono essere contenuti in iframe.
- i tag di redirect devono includere il parametro per il tracciamento dei click anche da parte dell'adserver usato da Batala. Senza tale parametro non sarà garantita la validazione dei click conteggiata solo da parte del cliente.

5. CREATIVITÀ IN HTML

La pubblicazione di eventuali creatività in HTML saranno soggette all'approvazione da parte di Batala. Le creatività HTML non devono contenere codice Javascript o includere file css che potrebbero creare malfunzionamenti sulla pagina dell'editore.

6. SPECIFICHE BANNER PER NEWSLETTER

Le creatività gestite sono elencate di seguito:

- o Banner statico gif 300x250 con peso max 15k.
- o Banner statico gif 120x120 con peso max 15k.
- o Banner statico gif 80x55 con peso max 5k e text link con max 120 caratteri spazi inclusi.

Per tutte le creatività deve essere fornita la URL di puntamento (Click Command).

7. DEM

- o **Specifiche DEM HTML**

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>).

- Larghezza massima consentita: 500/600 pixel.
- **Peso immagine+html** massimo consentito: 50k. E' preferibile scomporre l'immagine, così che possa essere scaricata più velocemente.
- Per ogni cella è necessario inserire la relativa larghezza (es. <td width="121">).
- Non è garantito che colori di sfondo (background) differenti dal bianco vengano mantenuti da tutti i client di posta.
- È sconsigliato inserire immagini come sfondi di celle o tabelle.
- Sconsigliato inserire testi di colore bianco (alcuni e-mail client non consentono la visualizzazione degli sfondi colorati e il testo potrebbe quindi risultare invisibile).
- Se è presente del **testo**, è possibile renderlo in html utilizzando font compatibili con tutti i browser (Arial, Verdana, Tahoma, Times). E' importante che il testo in html non abbia come sfondo un'immagine, poiché creerebbe problemi di visualizzazione.
- Tutti i link devono aprire in una nuova finestra (target=_blank)
- Non sono consentiti stili CSS dichiarati nell'head o esterni. Sono consenti soltanto stili css inline ma NON per determinare la posizione di un elemento (es. allineamento di un'immagine o di una tabella, padding, float, ecc...)
- Non inserire caratteri speciali (es. Ä, <, >, #) sia nel body che nell'oggetto della dem perchè potrebbero non essere visualizzati correttamente su alcuni client di posta elettronica.
- Non utilizzare: tag <DIV> per il posizionamento assoluto, mappature, ancoraggi, controlli ActiveX e Javascript, form e redirect

○ Specifiche Oggetto DEM

La lunghezza massima consigliata è di 50 caratteri spazi inclusi, cui poi si aggiunge la parte "I nostri consigli - " (es. I nostri consigli - Offerta speciale per Paolo). Non inserire caratteri speciali (es. Ä, <, >, #) poiché potrebbero non essere visualizzati correttamente su alcuni client di posta elettronica.

○ Materiali richiesti

I materiali richiesti sono:

- Oggetto della DEM;
- File contenente: DEM in formato HTML; immagini richiamate dall'html con i relativi percorsi;
- Url di destinazione (preferibilmente già inserita nel codice html);
- Indirizzi email delle persone che devono ricevere ed approvare preview della DEM prima dell'invio effettivo.

○ Consigli pratici

L'HTML di un email deve essere più "semplice e pulito" rispetto a quello di una pagina di un sito web: le webmail e i programmi di posta non gestiscono elementi come fogli di stile, javascript, flash. Per la creazione di una DEM si consiglia di non utilizzare programmi non atti a questo scopo (es. MS Word). E' consigliabile evitare di inserire soltanto immagini nell'HTML: questo aumenterebbe di molto la probabilità che il messaggio finisca nello SPAM. È quindi consigliato l'utilizzo del testo al posto delle immagini. Le immagini molto grandi andrebbero divise in due o più parti e poi composte usando una tabella.