



Regulamin sprzedaży i emisji reklam online

oraz

Specyfikacja techniczna form reklamowych online
w portalach Infor.pl, Gazetaprawna.pl, Forsal.pl, Dziennik.pl

Spis treści

Regulamin sprzedaży i emisji reklam online	4
Zasady dotyczące kreacji	7
Specyfikacja techniczna produktów reklamowych online	10
1. Billboard.....	10
2. Double Billboard.....	10
3. Triple Billboard	10
4. Wideboard	11
5. Double Wideboard	11
6. Mega Double Wideboard.....	12
7. Megaboard	12
8. Multiscreening.....	13
9. Panel 300.....	14
10. Panel 600.....	14
11. Banner w artykule.....	14
12. Main Branding	15
13. Rectangle desktop	16
14. Halfpage desktop.....	16
15. Commercial Break.....	16
16. Rectangle mobile.....	17
17. Halfpage mobile	17
18. Commercial Break Mobile	18
19. Sticky Ad mobile	18
20. Preroll (Instream)	19
21. Video w artykule (Out-Stream).....	19
22. Mailing	19
23. Artykuł Partnerski/sponsorowany.....	20
24. Moduł Partnerski/sponsorowany.....	22
25. Newsletter.....	25

Regulamin sprzedaży i emisji reklam online

1. Niniejsze zasady określają warunki i zasady sprzedaży oraz zamieszczania reklam w serwisach internetowych (Infor.pl, Gazetaprawna.pl, Forsal.pl, Dziennik.pl), których wydawcą jest Infor PL S.A. z siedzibą w Warszawie, zwany dalej Wydawcą.
2. Osoba fizyczna lub prawna, jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej albo agencja lub każdy inny pośrednik reklamowy reprezentujący swojego klienta i zlecający Wydawcy emisję reklamy jest zwany dalej Reklamodawcą.
3. Podstawą zamieszczenia reklamy w serwisach internetowych przez Wydawcę jest zlecenie reklamowe złożone przez Reklamodawcę.
4. Warunki zamieszczenia reklam określone są w zleceniach reklamowych oraz niniejszych gólnych warunkach, zwanych dalej Warunkami.
5. Złożenie zlecenia reklamowego jest równoznaczne z akceptacją niniejszych Warunków zamieszczania reklam online.
6. Wydawca zastrzega sobie prawo do zmiany oferty cennikowej oraz dostępnej siatki produktów reklamowych w dowolnym momencie.
7. Wszystkie ceny podane w cenniku są cenami netto. Wartość wynagrodzenia należnego dla Wydawcy i wskazana na fakturze będzie odpowiednio powiększona o podatek VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami.
8. Minimalna wartość jednorazowego zlecenia reklamowego wynosi 1000 zł netto po rabatach plus podatek od towarów i usług według obowiązującej na dzień wystawiania faktury VAT przez Wydawcę stawce. W drodze obustronnego porozumienia i w szczególnych sytuacjach Wydawca może wyrazić zgodę na niższą minimalną wartość zlecenia.
9. Zlecenie reklamowe Reklamodawca zobowiązuje się dostarczyć w formie pisemnej, faksem lub drogą mailową (jako potwierdzenie wcześniejszej rezerwacji):
 - a) mailing, kreacje standardowe – najpóźniej 3 dni robocze przed planowaną datą startu kampanii;
 - b) kreacje niestandardowe, rich media, serwisy dedykowane, artykuły sponsorowane – najpóźniej 21 dni roboczych przed planowaną datą startu kampanii.
10. Poprawne materiały reklamowe Reklamodawca zobowiązuje się dostarczyć drogą elektroniczną:
 - a) mailingi, kreacje standardowe – najpóźniej 3 dni robocze przed planowaną datą startu kampanii;
 - b) artykuły sponsorowane – najpóźniej 7 dni roboczych przed planowaną datą startu kampanii;
 - c) kreacje niestandardowe, rich media, serwisy dedykowane – najpóźniej 16 dni roboczych przed planowaną datą startu kampanii.

Wszystkie formy reklamowe przeznaczone do emisji na stronach internetowych Infor PL S.A. powinny spełniać warunki specyfikacji technicznej dla form reklamowych, które są opisane w niniejszym dokumencie.
11. W przypadku niedostarczenia poprawnych materiałów reklamowych określonych

- w zleceniu przyjmuje się, że zlecenie zostało wykonane.
12. Wydawca weryfikuje materiały reklamowe pod kątem ich zgodności ze specyfikacją techniczną i w przypadku niezgodności może nie dopuścić do ich emisji bądź przerwać emisję. W przypadku stwierdzenia niezgodności materiałów ze specyfikacją, Reklamodawca zobowiązany jest do dostarczenia materiałów zgodnych ze specyfikacją Infor PL S.A.
 13. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienie w emisji kampanii spowodowane niedostarczeniem przez Reklamodawcę materiałów zgodnych ze specyfikacją techniczną w wymaganym terminie.
 14. Treści emitowanych reklam nie mogą być sprzeczne z prawem ani zasadami współżycia społecznego, a Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.
 15. Za formę kreacji reklam oraz ich treść odpowiada wyłącznie Reklamodawca.
 16. Wydawca ma prawo odmówić emisji reklam bądź zaprzestania emisji dowolnej reklamy
 - a) jeżeli jej treść lub forma są sprzeczne z linią programową bądź charakterem serwisu internetowego;
 - b) jeżeli jej treść może negatywnie wpłynąć na wizerunek Wydawcy
 - c) ze względu na niestosowny lub szkodliwy charakter materiałów reklamowych mogących naruszyć prawa osób trzecich
 - d) jeżeli Wydawca uzna ją za dokuczliwą lub szkodliwą dla użytkowników serwisów internetowych;
 - e) jeżeli jest ona sprzeczna z prawem lub narusza obowiązujące przepisy.
 17. Reklamodawca ponosi pełną odpowiedzialność za zapewnienie posiadania odpowiednich praw, w tym przede wszystkim praw autorskich i licencji do korzystania z materiałów reklamowych, w tym informacji, danych, fragmentów utworów, wizerunków, znaków towarowych i innych elementów stanowiących przedmiot ochrony prawnej. Reklamodawca poświadcza swoje uprawnienia do składania Zleceń reklamowych, a także gwarantuje, że ich realizacja przez Infor PL S.A. nie naruszy praw osób trzecich.
 18. O odmowie publikacji reklamy Wydawca powiadomi pisemnie lub elektronicznie Reklamodawcę do 2 dni roboczych od daty otrzymania zakwestionowanych materiałów reklamowych.
 19. W przypadku materiałów w formacie flash i rich media konieczne jest dostarczenie zastępczej wersji gotowych materiałów w prostym formacie graficznym (jpg, gif, gif animowany), które będą emitowane, gdy przeglądarka uniemożliwia wyświetlenie materiałów w formatach bardziej zaawansowanych. Materiały reklamowe dostarczane w formie skompresowanej powinny być skompresowane w formacie zip.
 20. Reklamodawca ma prawo złożyć rezygnację z realizacji zlecenia reklamowego, a złożenie w terminie późniejszym niż:
 - a) na 2 dni robocze przed datą startu emisji kreacji standardowych/maillingów;
 - b) na 7 dni roboczych przed datą startu emisji artykułu sponsorowanego, kreacji niestandardowych, rich media lub serwisów dedykowanych.

Naruszenie powyższych terminów uprawnia Wydawcę do obciążenia Reklamodawcy kwotą w wysokości 100% uzgodnionej należności za realizację emisji reklamy.

21. Wszelkie reklamacje dotyczące sposobu realizacji Zlecenie reklamowego, Reklamodawca może zgłaszać w nieprzekraczalnym terminie 14 dni kalendarzowych od daty planowanego zakończenia emisji danej kampanii reklamowej. Po upływie tego terminu zgłoszenie reklamacji nie jest możliwe, a zlecenie reklamowe uznaje się za zrealizowane prawidłowo i zgodnie z zawartą umową.
22. Złożenie reklamacji, co do sposobu i jakości realizacji Zlecenia reklamowego nie zwalnia Reklamodawcy z obowiązku zapłaty na rzecz Wydawcy wynagrodzenia zgodnie ze Zleceniem.

Zasady dotyczące kreacji

1. Materiały reklamowe (pliki) powinny być nazywane zgodnie z następującym schematem: **reklamodawca/nazwa_kampanii_rozmiar.rozszerzenie**
np.: **infor_biznes_160x600.jpg**
2. Nazwy plików mogą zawierać tylko znaki alfanumeryczne bez polskich liter.
3. Niedozwolona jest implementacja mechanizmów śledzących interakcję użytkownika.
4. Niedozwolona jest zmiana lub odczyt cookie.
5. Materiał reklamowy nie może powodować występowania błędów.
6. Materiał reklamowy nie może zakłócać działania strony, na której jest wyświetlany.
7. Dźwięki w reklamach:
 - a) dźwięk w reklamach może być odtwarzany jedynie po akcji wykonanej przez użytkownika (kliknięcie);
 - b) jeżeli reklama posiada dźwięk musi zawierać możliwość jego włączania i wyłączania.
8. Za techniczne przygotowanie kreacji wraz z obsługą plików dźwiękowych oraz poprawność jej działania odpowiada reklamodawca.
9. Rozwijanie kreacji:
 - a) rozwijanie kreacji do standardowych rozmiarów może nastąpić po najechaniu lub kliknięciu (rozmiary poszczególnych kreacji znajdują się w poniższej specyfikacji);
 - b) kreacja musi się zwiijać po zjechaniu z reklamy, lub po kliknięciu. W drugim przypadku powinna zawierać napis „ZWIN” lub napis „ZAMKNIJ” oraz przycisk „X” w prawym, górnym rogu kreacji. Minimalny rozmiar przycisku zamykania to 14x14 pikseli. Minimalna wysokość czcionki w napisie „ZAMKNIJ” to 12 pikseli.

Informacje ogólne Obrazek

1. Dopuszczalne formaty plików: gif, jpg.
2. Szczegółowa specyfikacja każdej z form znajduje się w poniższej specyfikacji.

Informacje ogólne html

1. Kod serwujący HTML5 po dostarczeniu przez klienta ze względu na swoją różnorodność każdorazowo musi być przetestowany i zaakceptowany przez Wydawcę. Wszystkie gotowe materiały reklamowe, konieczne do rozpoczęcia kampanii, muszą być dostarczone nie później niż na 5 dni roboczych przed emisją.
2. Przewodnik z wytycznymi dla optymalnego przygotowania reklam w technologii HTML5 dostępny [TUTAJ](#) lub na [oficjalnej stronie IAB](#) (wersje angielska).
3. Ogólne działanie kreacji musi być zgodne z wymaganiami opisanymi w specyfikacji technicznej dla danego formatu. Żaden z jej elementów nie może ingerować w działanie stron wydawcy oraz innych reklam.
4. Elementy kodu:
 - a) elementami kodu kreacji HTML5 są: plik HTML, biblioteki skryptów (JavaScript), pliki z arkuszami stylów o unikalnych nazwach (CSS3), grafiki oraz opcjonalnie elementy jak wideo i rich media. Wszystkie elementy muszą być przesłane

- w postaci skompresowanego pliku .zip;
- b) wszystkie elementy składowe kodu muszą być hostowane w całości u Partnera np. Doubleclick lub w całości na serwerach Wydawcy;
- c) jeśli waga kreacji (wraz z zaciąganiem kodem) jest większa od standardowej (uwzględniając biblioteki JavaScript), klient ponosi standardową dopłatę za przekroczenie wagi kreacji określoną w cenniku;
- d) kreacje muszą być przygotowane do emisji w technologii RWD (poprawne działanie przy zmianie rozmiarów kontenera/okna przeglądarki);
- e) kreacje nie mogą korzystać z bibliotek jQuery;
- f) kod musi być zgodny z Friendly iFrame;
- g) kod musi mieć możliwość obsługi zmiennych zliczających akcje kliknięć po stronie systemów emisyjnych Wydawcy. Odbywać się to może m.in. metodą clickTag;
- h) w celu odczytania parametrów przekazywanych do kreacji (m. in. skryptów do pomiaru kliknięć), należy dołączyć poniższy kod do kodu kreacji na początku `<body>`:

```
<script type="text/javascript">
var parsed = (document.location.href.split('#')[1]||'').split('&');
var params = parsed.reduce(function (params, param) {
var param = param.split('=');
params[param[0]] = decodeURIComponent(param.slice(1).join('='));
return params;
}, {});
</script>
```

Kreacja, w głównym pliku HTML, powinna udostępniać zmienną, do której można przekazać adres docelowy kreacji. Do tej zmiennej należy przypisać wartość odczytaną z parametrów przekazanych automatycznie do kreacji, znajdującą się w zmiennej `params.clickTag` (po wykonaniu kodu odczytującego parametry). Elementy z wewnętrznymi linkami w kreacji powinny być ustawione poza obszarem klikalnym: `clicktag`.

Poniżej znajduje się przykład, w którym adres docelowy należy przypisać zmiennej globalnej `clickTag`:

```
<script>
...
//umieść adres strony docelowej w zmiennej clickTag, np.:
//clickTag='https://www.gemius.pl';
clickTag=params.clickTag; //przekazuje wartość odczytaną z parametrów
...
</script>
```

5. Kreacje HTML5 nie są kompatybilne z przeglądarkami Internet Explorer w wersji 8 oraz wcześniejszymi. Emisja reklam będzie na nich wyłączona.
6. Wydawca nie dostarcza danych związanych z interakcją użytkownika w obrębie kreacji HTML5. Taka funkcjonalność powinna być zapewniona po stronie kodu

kreacji.

7. Uniwersalnym miejscem pomiaru emisji reklamy jest moment załadowania się pierwszego elementu reklamy.
8. Dla kreacji rozwijanych, zawierających wideo lub nietypowych Wydawca zastrzega sobie prawo sformułowania dodatkowych wymagań, które muszą spełnić przed emisją.
9. Do kreacji HTML5 stosują się standardowe wymagania w zakresie obciążenia procesora:
 - a) reklama niezależnie od rodzaju nie może obciążać procesora w stopniu istotnie utrudniającym pracę na komputerze z innymi aplikacjami. Do określenia stopnia obciążenia procesora służy komputer standardowy, tj. wyposażony w jednordzeniowy procesor taktowany zegarem o częstotliwości 2 GHz;
 - b) reklamy stale obecne na stronie (np. billboardy, halfpage – standardowe, rozwijane, itd.) mogą obciążać komputer standardowy, najwyżej w 30%;
 - c) reklamy, które użytkownik może zamknąć (toplery itd.) mogą obciążać komputer standardowy, najwyżej w 40%;
 - d) dopuszczalny jest chwilowy wzrost obciążenia procesora komputera standardowego, do dwukrotnej wartości normy, czyli odpowiednio do 60% dla form reklamowych stale obecnych na stronie i 80% dla form reklamowych zamykanych, jeżeli wzrost trwa 2 sekundy i pojawia się tylko 1 raz w czasie minimum 10 sekund animacji.

Specyfikacja techniczna produktów reklamowych online

1. Billboard

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze bądź pod menu serwisów. Może mieć formę statyczną lub animowaną.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
750x100px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Infor.pl

2. Double Billboard

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze bądź pod menu serwisów. Może mieć formę statyczną lub animowaną.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
750x200px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Infor.pl

3. Triple Billboard

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze bądź pod menu serwisów. Może mieć formę statyczną lub animowaną.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
750x300px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Infor.pl

4. Wideboard

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze serwisów. Może mieć formę statyczną lub animowaną.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
970x200px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Infor.pl

5. Double Wideboard

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze serwisów. Może mieć formę statyczną lub animowaną.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
970x300px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Infor.pl

6. Mega Double Wideboard

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze serwisów. Może mieć formę statyczną lub animowaną.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
1140x300/400px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Infor.pl

7. Megaboard

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze strony www. Może mieć formę statyczną lub animowaną.

MIEJSCE EMISJI: Strony główne serwisów oraz strony główne sekcji serwisów:

Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

Brak emisji na stronach artykułowych.

Na stronach artykułowych w miejsce **Megaboard** emitujemy **Mega Double Wideboard** o rozmiarach **1140x300/400px**.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
1140x600px	JPG, PNG, GIF	do 100 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Infor.pl

8. Multiscreening

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze serwisów. Może mieć formę statyczną lub animowaną. Multiscreening jest integracją banneru górnego z marginesami serwisów.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
750x200px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB
750x300px, 970x200px, 970x300px, 1140x300px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB
1140x600px	JPG, PNG, GIF	do 100 kB
	HTML	do 150 kB

Tapeta:

Każdy z serwisów ma inną budowę. Przy tworzeniu tapety należy uwzględnić szerokość zawartości kontentu a także pole ochronne w postaci statycznej górnej belki. Szerokość kontentu dla serwisów wynosi:

- gazetaprawna.pl - 1176px
- dziennik.pl - 1176px
- forsal.pl - 1176px
- infor.pl - 1200px

Pole ochronne belki menu o wysokości:

- dziennik.pl: 200px
- forsal.pl: 250px
- gazetaprawna.pl: 300px
- infor.pl: 113px

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
1920x1080px	JPG, PNG, GIF	do 500 kB*

*Waga dotyczy łącznie kreacji (banerowej) + tapety.

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Infor.pl

9. Panel 300

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze strony www. Może mieć formę statyczną lub animowaną. Emisja wyłącznie na stronach głównych serwisów.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
1140x300px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Strony główne serwisów - Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

10. Panel 600

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się na górze strony www. Może mieć formę statyczną lub animowaną. Emisja wyłącznie na stronach głównych serwisów.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
1140x600px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Strony główne serwisów - Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

11. Banner w artykule

OPIS: Reklama graficzna znajdująca się pod leadem w artykule. Może mieć formę statyczną lub animowaną. Emisja wyłącznie na stronach z artykułami.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
650x200px, 750x200px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Artykuły na stronach serwisów - Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)
[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)
[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

12. Main Branding

OPIS: Rozwijany format reklamowy umieszczony w górnej części serwisów, nad belką nawigacyjną. Składa się z trzech elementów w formacie JPG: belki podstawowej (1920x100px), kreacji po rozwinięciu (1920x450px) oraz kreacji skrolującej (1920x50px). Do każdej kreacji należy dołączyć dwa oddzielne pliki JPG: buttony „ROZWIŃ” oraz „ZWIŃ” w rozmiarze 152x42px.

Tworząc kreację reklamową należy pamiętać o zachowaniu obszaru ochronnego po obu stronach kreacji. Buttony „ROZWIŃ” oraz „ZWIŃ” będą osadzone przez wydawcę w prawym dolnym rogu kreacji. Na kreacji nie może być umieszczony nr telefonu, adres strony WWW, opis sponsor serwisu, sponsor dnia, partner serwisu.

Szczegółowe rozmieszczenie elementów kreacji przedstawiają schematy. Błękitne pole (1180px) to obszar głównego przekazu reklamowego. Szary obszar to tzw. pole ochronne które może nie być widoczne dla użytkowników z małymi rozdzielczościami, ten obszar powinien stanowić tło/wypełnienie kreacji.

Belki:

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
1920x100px / 1920x450px / 1920x50px	JPG, PNG, GIF	do 200 kB

Przyciski:

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
152x42px	JPG, PNG, GIF	do 10 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)
[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)
[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)
[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

13. Rectangle desktop

OPIS: Reklama o wymiarach 300x250 pikseli, emitowana w prawej szpalcie strony oraz pod artykułem.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
300x250px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl*, Gazetaprawna.pl*, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

14. Halfpage desktop

OPIS: Reklama o wymiarach 300x600 pikseli, emitowana w prawej szpalcie strony.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
300x600px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 150 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl*, Gazetaprawna.pl*, Infor.pl*

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* brak emisji na stronie głównej Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

15. Commercial Break

OPIS: Reklama leyerowa o skalowalnym formacie, oznacza, że Commercial Break automatycznie dostosowuje się do rozdzielczości ekranu oraz rozmiaru okna przeglądarki. Skalowanie odbywa się przy zachowaniu proporcji kreacji. Tło kreacji standardowo jest przezroczyste. Istnieje możliwość wybrania dowolnego koloru tła.

Czas wyświetlania reklamy to 15 sekund.

Bazowy rozmiar kreacji:

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
1000x600px	JPG, PNG, GIF	do 100 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

16. Rectangle mobile

OPIS: Reklama w formie prostokąta o wymiarach 300x250 pikseli, emitowana po środku strony. Może mieć postać statyczną lub animowaną.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
300x250px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 100 kB

MIEJSCE EMISJI: Strony główne serwisów - Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* podglądy mobile należy sprawdzać na telefonie, bądź z mobilowego podglądu responsywnego przeglądarki

17. Halfpage mobile

OPIS: Reklama w formie prostokąta o wymiarach 300x600 pikseli lub 335x280 pikseli, emitowana po środku strony. Może mieć postać statyczną lub animowaną.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
300x600px, 336x280px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB
	HTML	do 100 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* podglądy mobile należy sprawdzać na telefonie, bądź z mobilowego podglądu responsywnego przeglądarki

18. Commercial Break Mobile

OPIS: Reklama layerowa o skalowalnym formacie, oznacza, że Commercial Break automatycznie dostosowuje się do rozdzielczości ekranu oraz rozmiaru okna przeglądarki. Skalowanie odbywa się przy zachowaniu proporcji kreacji. Tło kreacji standardowo jest przezroczyste. Istnieje możliwość wybrania dowolnego koloru tła.

Czas wyświetlania reklamy to 15 sekund.

Bazowy rozmiar kreacji:

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
336x480px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

19. Sticky Ad mobile

OPIS: Sticky Ad ma postać belki przyklejonej do dolnej części ekranu, która podąża za użytkownikiem w trakcie przeglądania strony. W prawym górnym rogu znajduje się przycisk X do zamknięcia kreacji. Kreacja ustawiana domyślnie z cappingiem 1.

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
320x50px	JPG, PNG, GIF	do 80 kB

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Podgląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Podgląd kreacji Infor.pl](#)

* podglądy mobile należy sprawdzać na telefonie, bądź z mobilowego podglądu responsywnego przeglądarki

20. Preroll (Instream)

OPIS: Video In-Stream to reklama video wyświetlana w playerze z redakcyjnym kontentem video. Pre-roll jest wyświetlany przed video redakcyjnym, a po jego zakończeniu emituje się video redakcyjne. Minimalna dopuszczalna rozdzielczość 1280x720 pikseli, zalecana 1920x1080 pikseli.

W przypadku kodów: Kody zgodne z VAST 3.0 lub 4.0 wspierające komunikację SSL (https).

Format: MP4

Maksymalna waga: 30MB

Długość filmu: 15 lub 30 sekund.

Proporcje: 16:9

Bitrate: min. 2000 kbps, zalecana 4000 kbps

Kodek video: H.264

Kodek audio: AAC

FPS: min. 25 kl/s, zalecane 60 kl/s

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl, Forsal.pl, Gazetaprawna.pl, Infor.pl*

* Brak emisji na stronie głównej Infor.pl

21. Video w artykule (Out-Stream)

Video Out-Stream to reklama video wyświetlana w treści artykułu, po emisji miejsce reklamowe znika.

Format dostępny na gazetaprawna.pl, dziennik.pl, forsal.pl (z wyjątkiem SG), infor.pl.

Maksymalna waga VIDEO: 30 mB

Rozdzielczość: min. 640x480px, max. 1920x1080px

Proporcje: 16:9

Format pliku: mov, mp4, mpeg

Długość filmu: do 30 sekund

Kodek: każdy, z wyjątkiem: ProRes 4444, HDV 720p60, Go2 Spotkanie 3 i 4, ER AAC LD, redCode

22. Mailing

Wymagane kodowanie: UTF-8

Język kreacji: HTML5 (ZIP)

Maksymalna waga całego mailingu: 100 KB

Do wysyłanego mailingu (oprócz treści) konieczne jest dostarczenie następujących informacji:

1. dane reklamodawcy: pełna nazwa, adres

2. temat e-maila
3. nazwa nadawcy e-maila
4. adresy testowe

Kreacja HTML powinna być przygotowana w następujący sposób:

1. grafika powinna być umieszczona w katalogu /img
2. mailing powinien być wykonany w „tabelach” (używając selektora <table> i znaczników *cellspacing*, *cellpadding* oraz *border* z wartościami „0”). Mailing stworzony za pomocą selektorów <div> może nie zostać wyświetlony poprawnie w skrzynce odbiorczej.
3. style nie mogą być zaciągane z zewnętrznego źródła, muszą być umieszczone w pliku html w kodzie HTML nie mogą być zamieszczone: JavaScript, ramki oraz elementy dynamicznego HTML
4. w stylach nie można umieszczać grafik, np. tło (niektóre programy wysyłkowe mają problemy z pobieraniem tych grafik)
5. wszelkie wartości *width*, *height*, *class*, itp. powinny być umieszczone w znacznikach " " np. `width="100"`, `<p class="style1">treść</p>`
6. link przekierowujący powinien być w protokole "https"; kreacja powinna być podlinkowana przez klienta
7. zalecamy aby tytuł mailingu nie był dłuższy niż 60 znaków (ze spacjami)
8. zalecana szerokość mailingu to 650px

UWAGA: mailing HTML z obrazkami zewnętrznymi, otwarty off-line nie dociągnie obrazków – zostaną puste miejsca. Radzimy jak najrzadziej wykorzystywać dociąganie elementów zewnętrznych.

Po wysłaniu testów mailingu prosimy o akceptację pod względem:

1. technicznym (poprawności własnych kodów mierzących o ile takie występują)
2. graficznym (czy test jest taki sam jak kreacja oryginalna)

Infor.pl nie gwarantuje poprawnego wyświetlania kreacji HTML we wszystkich klientach oraz systemach pocztowych, szczególnie systemach Lotus i Gmail (Google Mail).

Infor PL S.A. zapewnia realizację oraz monitoring wysyłki.

Zgodność kreacji z popularnymi systemami pocztowymi, dostępnymi na rynku (Outlook Express, Outlook MS, Mozilla Thunderbird), szczególnie systemami Lotus, zapewnia producent kreacji.

Skrzynki pocztowe e-mail mogą mieć problemy z poprawnym odczytywaniem stylu CSS.

23. Artykuł Partnerski/sponsorowany

Liczba znaków ze spacjami: 5000

Liczba znaków w tytule: do 40

Treść artykułu: powinna nawiązywać do tematyki serwisu

Treść artykułu należy dostarczyć w pliku tekstowym (.txt) lub MS Word (.docx), zaś formy graficzne w plikach jpg/gif.

Jeśli artykuł zawiera linki, należy je osadzić w pliku tekstowym lub MS Word.

Linkowanie w artykułach zamieszczamy wyłącznie z atrybutem "nofollow".

W momencie zakończenia prac nad zleconymi tekstami, a brakiem emisji w ciągu 30 dni, wynikających z winy klienta, Grupa INFOR PL S. A. ma prawo zafakturować 50% wartości zlecenia.

Artykuł może zawierać do 3 grafik. Waga jednej grafiki do 50 kb Format grafik: .jpg lub .png

Artykuły partnerskie/sponsorowane mogą zawierać:

- **galerię zdjęć**
- **video (klienta lub dedykowaną „setkę”)**
- **quiz**
- **info lub video grafikę**
- **mogą też zawierać słowa (max 5), które będą linkowały do LP/strony klienta lub zawierać link pod artykułem**

Artykuły partnerskie i sponsorowane mogą być promowane boxem na stronie głównej serwisu przez okres do 7 dni. Boxy promujące artykuł osadzone są w modułach redakcyjnych umieszczonych na stałe na serwisie.

MIEJSCE EMISJI: Dziennik.pl:

GOSPODARKA we współpracy z: **FORSAL.PL**

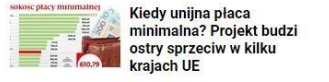
[aktualności](#) [notowania](#) [nieruchomości](#)



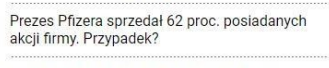
Gowin: Lockdown nie oznacza gwałtownej zapaści gospodarki. Resort szykuje plan odbudowy



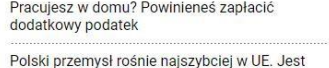
Ile zapłacisz za nowe mieszkanie w Warszawie? [RAPORT]



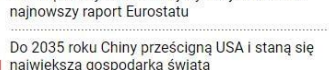
Kiedy unijna płaca minimalna? Projekt budzi ostry sprzeciw w kilku krajach UE



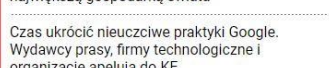
Prezes Pfizeru sprzedał 62 proc. posiadanych akcji firmy. Przypadek?



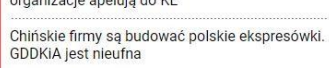
Pracujesz w domu? Powinieneś zapłacić dodatkowy podatek



Polski przemysł rośnie najszybciej w UE. Jest najnowszy raport Eurostatu



Do 2035 roku Chiny prześcigną USA i staną się największą gospodarką świata



Czas ukrócić nieuczciwe praktyki Google. Wydawcy prasy, firmy technologiczne i organizacje apelują do KE



Chińskie firmy są budować polskie ekspresówki. GDDKiA jest nieufna



Zandberg: Cyfrowi giganci powinni dzielić się zyskami. Placiliby 7 proc. od działalności w Polsce [WYWIAD]



Chcesz inwestować w samochody elektryczne? Lepiej postaw na GM niż Teslę



Bitwa o atom. USA chcą konkurować z Rosją i Chinami w Europie Wschodniej



Polska żywność potrzebuje współpracy i wsparcia państwa

ARTYKUŁ PARTNERSKI

MIEJSCE EMISJI: Forsal.pl:

TRANSPORT

Drogi | Kolej | Lotnictwo | Galerie



W październiku Lotnisko Chopina obsłużyło tylko 323 tys. pasażerów. To spadek o 80,9 proc. r: r

Z usług stołecznego portu skorzystało w październiku br. 323 tys. pasażerów, co oznacza spadek o 80,9 proc. r/r. W ubiegłym miesiącu na Lotnisku Chopina wykonano 5,3 tys. pasażerskich operacji lotniczych – jest to o 66,4 proc. mniej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku, podał port lotniczy.



Kto zdobędzie kontrakt na master plan CPK? Chętne są trzy konsorcja inżynieryjne



Chińskie firmy są budować polskie ekspresówki. GDDKiA jest nieufna



Jeep Renegade 4xe i Compass 4xe już w Polsce. Nowe SUV-y zawstydzą silnik Diesla



Wodór to przyszłość energetyki? I tak, i nie [OPINIA]



Państwa rzucają koła ratunkowe liniom lotniczym



Premio wybrana najlepszą siecią serwisów w Polsce. Sieć wprowadza sprzedaż opon online

ARTYKUŁ PARTNERSKI

24. Moduł Partnerski/sponsorowany

Moduł partnerski/sponsorowany to bloczek składający się z kilku artykułów powiązanych ze sobą wspólnym tematem lub wydarzeniem (np. konferencja).

Serwis www.dziennik.pl:

- moduł 3-elementowy umiejscowiony jest na stronie głównej serwisu nad modułem „Polecamy”
- ma edytowalny tytuł, który może linkować do dowolnego elementu (serwis, osobny LP, pdf)
- moduł jest responsywny (desktop + mobile)

DGP NA DZIEŃ DZIECKA



Potrzebny głos dzieci.
Wystarczy posłuchać



Jak pandemia wpłynęła na relacje rodzinne?



Finansowe czary-mary, czyli dzieci (i dorośli) o bankach

- moduł 4-elementowy umiejscowiony jest na stronie głównej serwisu pod modułem „Technologie”
- ma edytowalny tytuł, który może linkować do dowolnego elementu (serwis, osobny LP, pdf)
- możliwość dodania oznaczenia - moduł partnerski lub sponsorowany oraz możliwość dodania logotypu partnera (tylko w wersji desktop, do 3 logotypów)
- moduł jest responsywny (desktop + mobile)

WARTO WIEDZIEĆ moduł partnerski

			
DGP na Dzień Dziecka. Energia będzie coraz bardziej ekologiczna	DGP na Dzień Dziecka. Finansowe czary-mary, czyli dzieci (i dorośli) o bankach	Tarcza ratuje miejsca pracy	Nowy świat. Nowy rodzaj wydarzeń. 3 czerwca 2020 100% online. Impact re:action

Serwis www.forsal.pl:

- moduł 5-elementowy, umiejscowiony jest na stronie głównej serwisu, pozycjonowanie modułu, zależne od treści jakie mają się w nim znaleźć, każdorazowo do uzgodnienia z redakcją serwisu,
- ma edytowalny tytuł, który może linkować do dowolnego elementu (serwis, osobny LP, pdf)
- możliwość dodania oznaczenia - moduł partnerski lub sponsorowany oraz możliwość dodania logotypu partnera (tylko w wersji desktop, do 3 logotypów)
- moduł jest responsywny (desktop + mobile)

CYFRYZACJA PODATKÓW akcja partnerska

				
Erdogan: Kraje Unii Europejskiej deptają prawa człowieka atakując migrantów	UE czasowo znosi opłaty celne i VAT na import środków medycznych	Program uruchomienia energetyki nuklearnej pochłonie 60 mld zł w ciągu 20 lat	Prośba o ulgę zablokuje skarbową kontrolę i egzekucję	Pierwszy systemowy reset władzy Zełenskiego. Zmiany w ukraińskim rządzie

- moduł 7-elementowy, umiejscowiony jest na stronie głównej serwisu, pozycjonowanie modułu, zależne od treści jakie mają się w nim znaleźć, każdorazowo do uzgodnienia z redakcją serwisu,
- ma edytowalny tytuł, który może linkować do dowolnego elementu (serwis, osobny LP, pdf)

- możliwość dodania oznaczenia - moduł partnerski lub sponsorowany oraz możliwość dodania logotypu partnera (tylko w wersji desktop, do 3 logotypów)
- moduł jest responsywny (desktop + mobile)

AKCJA SPECJALNA

akcja partnerska



Prawo | Podatki | PIT



Nowy przypadek koronawirusa w hotelu na Teneryfie. Komplikuje się ewakuacja

Ewakuacja turystów z hotelu na Teneryfie skomplikowała się po wykryciu nowego przypadku koronawirusa – podał dziennik "El Confidencial". Rzeczniczka lokalnego rządu ds. zdrowia Veronica Martinez powiedziała w środę PAP, że "nic się nie zmieniło i wyjazdy gości są kontynuowane".



Dymisja premiera Ukrainy. Parlament przyjął jego rezygnację



Banki i fintechy – korporacyjna rzeczywistość, a dążenie do innowacji



Miasta z przyszłością na prąd



KE wprowadziła cła antydumpingowe na część produktów stalowych z Chin



Polacy zazielenią produkcję stali



Lufthansa uziemi 150 samolotów z powodu koronawirusa

MATERIAŁY PARTNERSKIE

akcja partnerska przy współpracy



Kredyty | Konta | Lokaty



Sieć Badawcza Łukasiewicz wyjeżdża na drogi

Sieć Badawcza Łukasiewicz ma w swoich strukturach instytuty od lat budujące innowacje w elektromobilności. Przyszłość czas na mariaż kompetencji, m.in. pogłębionej analityki i budowy napędów, z dużym i mniejszym biznesem



W Niemczech ruszyła pierwsza stacja paliw pod marką Orlen



Departament Stanu USA zgodził się na sprzedaż Polsce wyrzutni Javelin



Koronawirus w Szwajcarii: Gwałtowny wzrost liczby zainfekowanych. 33 osoby zmarły



Henkel wprowadził program pomocowy w związku z COVID-19, wesprze także Polskę



MR: Szacowany spadek sprzedaży produkcji przemysłowej o ok. 5 proc. rdr w marcu



Rząd chce utworzenia specjalnego funduszu gwarancyjnego w BGK

Serwis www.gazetaprawna.pl:

- moduł może składać się z 4, 6 lub 8 elementów, pozycjonowanie modułu, zależne od treści jakie mają się w nim znaleźć, każdorazowo do uzgodnienia z redakcją serwisu,
- ma edytowalny tytuł, który może linkować do dowolnego elementu (serwis, osobny LP, pdf)
- możliwość dodania oznaczenia - moduł partnerski lub sponsorowany
- możliwość zamieszczenia pod modułem belki z logotypami partnerów
- moduł jest responsywny (desktop + mobile)

25. RANKING FIRM TSL

Moduł partnerski



Epidemia to test odporności i profesjonalizmu firm



Sytuacja gospodarcza w okresie pandemii. Zmiany architektury łańcucha dostaw



Bezpieczeństwo nie tylko na dziś



Niewykorzystany potencjał na Wschodzie



Biznes w świecie, jakiego nie znamy



Nowe realia eksportu polskiej branży DIY

25. Newsletter

ROZMIAR	FORMAT PLIKU	WAGA
750x200px	JPG, PNG, GIF	Do 30 kB