



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

Spis treści

Zasady ogólne.....	3
Specyfikacja produktów reklamowych	8
1. Billboard	8
2. Double Billboard	8
3. Triple Billboard.....	8
4. Wideboard.....	9
5. Double Wideboard.....	9
6. Mega Double Wideboard	9
7. Megaboard.....	10
8. Multiscreening	10
9. Panel 300	11
10. Panel 600	11
11. Banner w artykule	12
12. Main Branding.....	12
13. Rectangle desktop.....	13
14. Halfpage desktop.....	13
15. Rectangle mobile	13
16. Halfpage mobile.....	14
17. Sticky Ad mobile	14
18. Preroll (Instream).....	15
19. Video w artykule (Out-Stream)	15
20. Mailing	16

Zasady ogólne

1. Niniejsze zasady określają warunki i zasady zamieszczania reklam w serwisach internetowych (gazetaprawna.pl, dziennik.pl, forsal.pl oraz di.com.pl), których wydawcą jest Infor PL S.A. z siedzibą w Warszawie, zwany dalej Zleceniobiorcą.
2. Zleceniodawcą w dalszej części Warunków nazywamy podmiot zlecający reklamę.
3. Podstawą zamieszczenia reklamy w serwisach internetowych przez Zleceniobiorcę jest zlecenie reklamowe złożone przez Zleceniodawcę.
4. Warunki zamieszczenia reklam określone są w zleceniach reklamowych oraz niniejszych ogólnych warunkach, zwanych dalej Warunkami.
5. Złożenie zlecenia reklamowego jest równoznaczne z akceptacją niniejszych Warunków zamieszczania reklam.
6. Zlecenie reklamowe Zleceniodawca zobowiązuje się dostarczyć w formie pisemnej faksem lub drogą mailową (jako potwierdzenie wcześniejszej rezerwacji):
 - a) mailing, kreacje standardowe – najpóźniej 3 dni robocze przed planowanym startem kampanii;
 - b) kreacje niestandardowe, rich media, serwisy dedykowane, artykuły sponsorowane – najpóźniej 21 dni roboczych przed planowanym startem kampanii;
7. Poprawne materiały reklamowe Zleceniodawca zobowiązuje się dostarczyć drogą elektroniczną:
 - a) mailingi, kreacje standardowe – najpóźniej 2 dni robocze przed planowanym startem kampanii;
 - b) artykuły sponsorowane – najpóźniej 7 dni roboczych przed planowanym startem kampanii;
 - c) kreacje niestandardowe, rich media, serwisy dedykowane – najpóźniej 16 dni roboczych przed planowanym startem kampanii;
8. Wszystkie formy reklamowe przeznaczone do emisji na stronach Infor PL S.A. powinny spełniać warunki specyfikacji technicznej dla form reklamowych.
9. W przypadku nie dostarczenia poprawnych materiałów reklamowych określonych w zleceniu przyjmuje się, że zlecenie zostało wykonane.
10. Zleceniobiorca weryfikuje materiały reklamowe pod kątem ich zgodności ze specyfikacją techniczną i w przypadku niezgodności może nie dopuścić do jej emisji bądź przerwać emisję. W przypadku stwierdzenia niezgodności materiałów ze specyfikacją, reklamodawca zobowiązany jest do dostarczenia materiałów zgodnych ze specyfikacją Infor PL S.A.
11. Wyświetlenie reklamy na stronach serwisów nie oznacza, że Infor PL S.A. stwierdził zgodność reklamy ze specyfikacją techniczną.
12. Niezależnie od treści zawartego zlecenia, Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy emisji reklamy, jeżeli dostarczone materiały zdaniem Zleceniobiorcy nie

spełniają parametrów technicznych stanowiących integralną część niniejszych Warunków.

13. Zleceniobiorca ma prawo odmówić emisji reklam, jeżeli ich treść lub forma są sprzeczne z linią programową bądź charakterem serwisu internetowego lub ze względu na niestosowny lub szkodliwy charakter materiałów reklamowych. Rezerwuje sobie też prawo do odmowy emisji bądź zaprzestania emisji dowolnej reklamy, jeśli uzna ją za dokuczliwą lub szkodliwą dla użytkowników serwisów internetowych. Ponadto Zleceniodawca ma prawo odmówić publikacji reklamy jeżeli jest ona sprzeczna z prawem, narusza obowiązujące przepisy.
14. O odmowie publikacji reklamy Zleceniobiorca powiadomi pisemnie Zleceniodawcę, nie później niż 2 dni robocze od daty otrzymania zakwestionowanych materiałów.
15. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienie w emisji kampanii spowodowane nie dostarczeniem przez Zleceniodawcę materiałów zgodnych ze specyfikacją w przewidzianym terminie.
16. W przypadku materiałów w formacie flash, 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.
17. Rezygnacja ze zlecenia w terminie późniejszym niż:
 - a) na 2 dni robocze przed emisją kreacji standardowych/maillingów;
 - b) na 7 dni roboczych przed emisją artykułu sponsorowanego, kreacji niestandardowych, rich media, serwisów dedykowanych uprawnia Zleceniobiorcę do obciążenia Zleceniodawcy kwotą w wysokości 100% uzgodnionej należności za reklamę.

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 zwijać 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](#) (wersja 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 zaciąganim 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). 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 (toplayery 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 produktów reklamowych

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 40 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 50 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 60 kB
	HTML	do 150 kB

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

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Pogląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Pogląd 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 60 kB
	HTML	do 150 kB

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

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Pogląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Pogląd 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 60 kB
	HTML	do 150 kB

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

[Podgląd kreacji Dziennik.pl](#)

[Podgląd kreacji Forsal.pl](#)

[Pogląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Pogląd 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
1140x300px	JPG, PNG, GIF	do 60 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.

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 50 kB
	HTML	do 150 kB
750x300px, 970x200px, 970x300px, 1140x300px	JPG, PNG, GIF	do 60 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 160 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

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 60 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 60 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](#)

[Pogląd kreacji Gazetaprawna.pl](#)

[Pogląd 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 50 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](#)

[Pogląd 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 50 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 60 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. 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 50 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

16. 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 60 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

17. 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 40 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. 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*

Podgląd kreacji Dziennik.pl

Podgląd kreacji Forsal.pl

Pogląd kreacji Gazetaprawna.pl

Pogląd kreacji Infor.pl

* Brak emisji na stronie głównej Infor.pl

19. 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

20. 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.