

SPIR Standardy online reklamy

listopad 2015

Ve snaze zlepšit úroveň a přehlednost online reklamy, definuje SPIR standardy používaných a podporovaných reklamních formátů. Tyto standardy dávají zadavatelům a autorům reklamy i provozovatelům stránek možnost vytvářet kreativní koncepty dle specifikací nebo kombinací prvků vytvářet nové. Důvodem je jednotnost názvosloví, standardů a reklamních prvků při vzájemné komunikaci mezi zadavateli, kreativci a realizátory internetových reklam. Cílem je tedy zefektivnění mediálního nákupu a výroby podkladů pro inzerci.

Standardy základních reklamních formátů

I. Doporučené reklamní formáty

Oficiální název	Rozměry v pixelech (ŠxV)	Max velikost souboru (počáteční načtení)
Leaderboard	970x100, 745x100	100 KB
Square	300x300	80 KB
Skyscraper	120x600	100 KB
Wide Skyscraper	160x600	100 KB
Medium Rectangle	300x250	100 KB
Rectangle	970x310, 480x300	100 KB
Mega Board	998x200	100 KB
Half Page Ad	300x600	100 KB

II. Všechny reklamní formáty

Třída	Oficiální název	Alternativní název	Rozměry v pixelech (ŠxV)	Max. velikost souboru (počáteční načtení)	Poznámka a doporučení
Button	Ikona	Micro Bar, Micro Button	88x31	20 KB	
	Button 1		120x60	20 KB	
	Button 2		120x90	20 KB	
Banner	Full Banner	Proužek	468x60	80 KB	
	Half Banner		234x60	10 KB	
	Leaderboard	Ahead, Megabanner, Screen	640x100 , 700x100, 728x90, 745x100 , 750x100, 970x100 , 970x210, 998x100	100 KB	* rozměr na dotaz provozovatele obsahu
	Megabanner	Leaderboard, Screen, Megaboard	728x120, 728x180, 728x200, 745x200, 750x200, 998x200	100 KB	* rozměr na dotaz provozovatele obsahu ** dvojitá výška Leaderboard typu
Rectangle	Square	Square Banner	250x250, 300x300	80 KB	
	Overlayer	Interstitial	640x480, 800x600	100 KB	
	Rectangle		120x150, 120x300, 180x150	80 KB	* rozměr na dotaz provozovatele obsahu
	Medium Rectangle		300x250	100 KB	
	Rectangle		480x300 , 500x300, 970x310	100 KB	* rozměr na dotaz provozovatele obsahu
Vertical Rectangle	Skyscraper	Mrakodrap	120x600	100 KB	
	Wide Skyscraper	Skyscraper	160x600	100 KB	
	Half Page Ad	Sky, Skyscraper Double	300x500, 300x600	100 KB	

Poznámky:

- Datová velikost je při iniciaci zobrazení a je počítána u richmedia typů včetně scriptů, knihoven, formulářových dat a pomocné grafiky, nutných pro konkrétní kreativitu (ne obecných a společných prvků reklamního systému) atd.
- Spuštění zvuku na pokyn uživatele (on/off ovládací prvek, přejetí myši, ...)

3. Rychlost plynulé animace maximálně 25 snímků/vteřinu (max. rozlišení jednotlivých snímků lidským okem). U animace tvořené střídáním obrázků (například anim. GIF slideshow) nižší podle kodexu reklamy (rušivá reklama)
4. V základním nasazení formátu jako grafická obdélníková reklama v obsahu stránky je zakázáno automatické volání a spouštění scriptů, ovládání ostatních objektů stránky, manipulace se stránkou a interakce mimo rozměr vyjma otevření stránky po kliknutí myši na reklamu. Rozšíření viz popis typů.
5. Jednotliví poskytovatelé online obsahu nebo reklamních systémů mohou mít rozšířené specifikace nad tento standard (jiná max. datová velikost, povinný prvek,...)
6. Doporučené grafické formáty rastrové: GIF, animovaný GIF, JPG, PNG (v případě IE u verze 7 a vyšší)
7. Součástí dodaných podkladů richmedia typů vyžadující spuštění doplňku v prohlížeči je alternativní rastrový soubor stejného typu

Počítání datové velikosti souboru

Datová velikost se počítá podle velikosti zazipovaného souboru dodaných podkladů kreativy včetně případných načítaných externích zdrojů (sdílené knihovny, fonty), není-li uvedeno nebo povoleno vydavatelem jinak. Povolené výjimky jsou uvedené v dokumentu [SPIR Doporučení pro tvorbu HTML5 reklamy](#).

Limity maximální velikosti souborů jsou vztažené k jednotlivým fázím načítání reklamy:

- **Počáteční načtení** - datový limit zahrnuje všechny soubory potřebné pro první kompletní zobrazení reklamy.
- **Uživatelsky iniciované dočtení** - neomezená datová, zátěž povoleno poté, co uživatel interagoval s reklamou. (Uživatelský zážitek, rychlostní datové limity a faktory je třeba brát v úvahu při navrhování jakékoliv uživatelsky iniciované reklamní kreativy.)

Sdílené knihovny

Díky funkcionalitě kešování prohlížečů lze při použití široce používaných sdílených knihoven s dostatečně dlouhou expirací ušetřit datový přenos nutný ke znovu stažení již nakešované knihovny a tím urychlit načtení reklamy a celé stránky. U explicitně vyjmenovaných (v dokumentu [SPIR doporučení pro tvorbu HTML5 reklam](#)) nebo vydavateli povolených sdílených knihoven lze jejich datovou velikost odečíst od celkové datové velikosti reklamy pro účely splnění datové limity pro jednotlivé reklamní formáty.

Počet požadavků na soubory

Limit na počet požadavků na načtení souborů během počátečního načtení a serverem iniciovaného dočtení je **15 požadavků**. Po uživatelské akci je počet požadavků na dočtení souborů neomezený. Bez ohledu na stanovené limity, mějte na paměti, že čím méně požadavků na načtení souborů, tím lépe.

III. Typy reklamních formátů

Třída	Oficiální název	Alternativní název	Doporučené rozměry kreativy (typu)	Z-index	Popis	Poznámka	Technická poznámka
Popup – Vyskakovací okno	Pop-up		300x300 square	NA	nově otevřené okno prohlížeče iniciované při načtení stránky a nastavené jako aktivní (na popředí)	Omezení frekvencí: Každému uživateli by měla být zobrazena maximálně jedna pop-up (nebo pop-down) reklama během jeho návštěvy na stránkách (session). Obsahové omezení: Lišta okna musí být zřetelně označena jménem provozovatele a inzerentem	Technické omezení: otevírání do nového okna (<i>_blank</i> nebo nevyhrazené jméno okna) Překážka použitelnosti: mnoho prohlížečů má automatické otevírání nových oken zakázáno v defaultním nastavení z bezpečnostních důvodů
	Pop-under			NA	nově otevřené okno prohlížeče iniciované při načtení stránky a nastavené jako pasivní (na pozadí načtené stránky, kde byla reklama umístěna)		
Expandable layer	Rollout – i-layer	llyer, Hisplash, Hi-splash	libovolná kombinace ze základního rozměru (468x60 – 468x300,..)	5,000 - 1,999,999	ze základního prvku po najetí myši (interakcí nad plochou základního rozměru) a/nebo automaticky při načtení stránky „vyjede“ přídavná reklamní grafika překrývající obsah stránky – rozšiřuje tak reklamní plochu. Do maximálně 15 sekund se automaticky schová a zůstane viditelná jen základní část.	Omezení frekvencí . V rozbalené části viditelné tlačítko pro zavření. Zamezení náhodného rozbalení - zpoždění rozbalení až po 1sec. setrvání myši nad základní částí	Kreativa se skládá ze dvou grafických prvků pro základní a rozbalenou část. Volitelně může být u interaktivního formátu použit jediný pro obě části zobrazení s příslušnými funkcemi pro ovládání obslužného javascriptu (viz podklady)
Překrývající layer	Overlayer		640x480, 800x600	2,000,000 - 2,999,999	vrstva s reklamou překrývající částečně obsah, po ukončení se odstraní z (viditelného) okna	Omezení frekvencí: Každému uživateli by měla být zobrazena maximálně jedna pop-up (nebo pop-down) reklama během jeho návštěvy na stránkách (session). Obsahové omezení: Reklama musí obsahovat viditelný ovládací prvek pro zavření (odstranění) reklamy	
	Interstitial	In-page Advertising	640x480, 800x600	6,000,000 +	Reklama zobrazená před požadovanou obsahovou stránkou a zcela zakrývající obsah. Časové omezení: Do max. 15 vteřin automatické odstranění a zobrazení požadované stránky.	Omezení frekvencí: Každému uživateli by měla být zobrazena maximálně jedna pop-up (nebo pop-down) reklama během jeho návštěvy na stránkách (session). Obsahové omezení: Reklama musí obsahovat viditelný ovládací prvek pro zavření (odstranění) reklamy. Reklama nebo reklamní plocha musí obsahovat viditelný odkazovaný text „Přeskočit“ pro okamžitý přechod na požadované stránky	
	Sildeover	Folie, Bent, Peeloover	plná velikost okna (relativní rozměr)	5000 - 1,999,999	Reklama zobrazená při načtení stránky přes obsah, vyplňuje celé okno. Interakcí uživatele (typicky tažení myši prvkem) s viditelným prvkem v (horním) rohu se reklama schová a ve zmenšené podobě zůstane.	Omezení frekvencí.	

Překrývající layer	Sticky Ad	Cosmic Pilot, Floating Ad	libovolná třída	2,000,000 - 2,999,999	Reklama je pozicovaná vůči okrajům okna a ne dokumentu, při posunu dokumentu se pohybuje i reklama. Může začít plynulým přechodem do cílového místa (např. „pád“ do pozice u spodního okraje	Omezení frekvencí. Musí obsahovat zavírací tlačítko, nastává-li částečné překrývání obsahu (typicky umístění na horní nebo spodní liště)	
	Out of the Box	Sticky Ad	libovolná třída menších rozměrů	2,000,000 - 2,999,999	Reklama se pohybuje po definované dráze (diagonála,...) v rámci okna prohlížeče, do max. 15 sekund sama zmizí	Omezení frekvencí. Musí obsahovat zavírací tlačítko.	
Modifikující stránku	Cursor Banner	Cosmic Cursor	třída button	2,000,000 - 2,999,999	reklama je umístěná u šipky myši. Kombinovaná zpravidla s jinou formou ve statické pozici (základní zobrazení v obsahu,...)		Typ reklamy, na který nelze kliknout
	Vodoznak	Watermark			Reklama je nastavená jako zobrazení na pozadí těla dokumentu - textu		Typ reklamy, na který nelze kliknout
	Intext		text, 100x80 logo, 250x250, video	2,000,000 - 2,999,999	Reklama označuje slova v textu podtržením. Po najetí myši nad slovo se zobrazí ve vrstvě reklama v okolí slova	Časově omezené zobrazení, zavírací tlačítko.	
	Skinning	Moding		NA	Grafický styl stránek je uzpůsoben sponzorovi/klientovi – barva písma, náhrada konkrétních písmen symboly, podkladů a pozadí prvků, obrázků na pozadí		Typ reklamy, na který nelze kliknout
Některé obchodní názvy kreatív a modifikací	Page Peel				banner třídy rollout umístěný do levého nebo pravého horního rohu. Vizually navozující odchlípnutý roh. Po najetí myši se do boku a dolu rozbálí reklama		
	Corner Banner		třída button, rectangle		banner s průhledným pozadím v pravém nebo levém horním rohu. Vizually jako diagonální proužek přes roh obsahu stránky		

Poznámky:

1. Reklamy překrývající obsah patří mezi agresivní formy. Použití vždy s nějakým omezením zobrazení na uživatele a čas (frekvence)
2. Reklamy překrývající obsah patří mezi agresivní formy. Reklama překrývající obsah musí obsahovat zavírací/odstraňovací tlačítko
3. Jsou-li reklamy tvořeny kreatívou obsahující scriptovací jazyk, musí být veškeré změny vzhledu ve stránce (vybalení, schování, přejetí myši, ...) komunikovány z kreativy voláním – javascriptovou funkcí nebo událostí do pluginu, je-li to podle technických specifikací podporované.
 - myš nad základním rozměrem: `promenna_starterIn()`, myš opouštějící základní rozměr: `promenna_starterOut()`,
 - myš nad rozbaleným rozměrem: `promenna_layerIn()`, myš opouštějící rozbalený rozměr: `promenna_layerOut()`,
 - tlačítko pro zavření layerové části banneru: `promenna_close()`
 - Podrobně s příklady v příslušných návodech (slovo „promenna“ je nahrazena přiděleným řetězcem nebo dynamickou hodnotou při načtení banneru)
4. Jiné typy zobrazení zde nepopsané vznikají kombinací stávajících – kombinací na úrovni scriptu u kreativy nebo logikou výběru reklamního systému (současné zobrazení 2 určitých bannerů, například banner v obsahu a cosmic cursor)
5. Pro bezproblémovou komunikaci mezi výrobcem kreativy, zadavatelem/agenturou a poskytovatelem obsahu používejte názvy ze sloupce „oficiální název“ a následným odkazem na jiné typy upřesňujte chování.

IV. Standardy textové reklamy

Kategorie	Název	Velikost	Doporučení
Textová reklama	Text Tip	35 nebo 45 znaků	počet znaků, včetně mezer
Textová reklama	Hypertext, intextová bublina	75, 100 nebo 300, znaků	počet znaků, včetně mezer
Textová reklama s grafikou	Hypertext + logem, intextová bublina s logem	Logo - 60x40 , 60x60, 120x60 Text - 75 nebo 100 znaků	počet znaků, včetně mezer, Logo - pouze formát GIF nebo JPG
PR články	PR Articles	Logo 60x60 Nadpis 60 znaků max. Perex 200 znaků max. Text článku 1800 znaků max.	počet znaků, včetně mezer, Logo - pouze formát GIF nebo JPG, označení že se jedná o reklamu (komerční sdělení, PR článek, reklama,...)
	Perex	Perex 200 znaků	označení že se jedná o reklamu (komerční sdělení, PR článek, reklama,...). Odkaz vede přímo na cílovou stránku a ne do článku média.
Sponzoring newsletteru	Newsletter Sponsorship	Logo 60x60 nebo 120x60 Text 100 nebo 250 znaků max.	počet znaků, včetně mezer, Logo - pouze formát GIF nebo JPG

Poznámka: U textových reklam není specifikován způsob umístění do stránky, zobrazení a formát (rozměr).

V. Standardy video reklamy

Standard	Doporučení
Umístění	Možné umístění reklamy (dle specifikací provozovatele): <ul style="list-style-type: none"> - Pre roll = před zhlédnutí vyžádaného obsahu - Mid Roll = během zhlédnutí vyžádaného obsahu - Post Roll = po zhlédnutí vyžádaného obsahu Vyžádaný obsah může obsahovat streaming video, animace a hry nebo jiné interaktivní prvky
Velikost panelu	Doporučené minimum je 300x225
Poměr stran	4:3 (např. 400x300) nebo 16:9 (např. 720x480)
Bit Rate	Doporučené minimum je 200Kbps, zvuk mono 48kbit
Délka spotu	Pre&Mid Roll = doporučená délka 10sec Post Roll = limit není stanoven
Omezení zobrazení	Stanovuje provozovatel

Poměr délky zobrazení reklamy vs. obsah	Stanovuje provozovatel
Interaktivita reklamy	Povolena dle specifikace provozovatele
Ovládání	Povinné ovládání: - Start/Stop - hlasitost zvuku On/Off Rychlé přetáčení během spotu není povoleno

Definice:

Pro jednoduchou orientaci všech zúčastněných subjektů (provozovatelů médií, zadavatelů) SPIR doporučuje používat jednotné názvosloví – „Video reklama“ (angl. Broadband Video Commercial“). Ostatní názvy, jako video-stream reklama, in-stream reklama, in-video reklama, streamovaná reklama atd. jsou matoucí, a proto se nedoporučuje jejich používání. Videoreklama může být součástí obsahových videoplayerů ve stránkách (viz umístění vůči obsahovému videu) a samostatně jako obsah bannerů (třída rectangle). Standardy video reklamy nezahrnují streaming audio reklamy a standardy měření video reklamy.

Umístění:

Video reklama se může zobrazit před, během a po zhlédnutí vyžádaného obsahu, ale není limitována v rámci prostředí online her, video a audio obsahu v rámci speciálních přehrávačů. Standardy se vztahují jak k živému, tak archivovanému obsahu. Videoreklama je umístěná v existujícím přehrávači anebo jako obsah banneru s vlastním přehrávačem a načítáním videa až na interakci (přejetí myši, spuštění ovládacího prvku na bannerovém přehrávači)

Velikost panelu:

Doporučená velikost obrazového panelu je 300x225, což umožní umístění video reklamy do podporovaného univerzálního reklamního formátu 300x250 (včetně prostoru 300x25 pixelů pro ovládací panel). Videoreklama může být použita a spuštěna (iniciován přehrávač s reklamou) v libovolném rozměru banneru v libovolné třídě (doporučena třída rectangle)

Interaktivita Video reklamy:

Každý provozovatel online média může stanovit vlastní omezení interaktivity reklamy. Tato volitelnost se týká:

- Možnosti prokliku
- Video Hot Spot – video reklama může obsahovat kurzor, který se může změnit na „ruku“ při pohybu myši nad oknem video reklamy v místech, které obsahují interaktivní prvky.

Video reklama může odkazovat na více zadavatelů / informací o produktech. Videoreklama jako samostatný obsah v banneru musí mít defaultně vypnutý zvuk – zvuk off – zvuk může být spuštěn na pokyn uživatele a interakci (přejetí myši nad bannerem) a vypnutí viditelným tlačítkem nebo odjetím myši z plochy

VI. Standardy pro HTML5 formát

1. Rozměry, názvy, limity datové velikosti se řídí podle přehledu v bodu II.
2. Datová velikost se počítá podle velikosti zazipovaného souboru dodaných podkladů kreativy včetně případných načítaných externích zdrojů (sdílené knihovny, fonty), není-li uvedeno nebo povoleno vydavatelem jinak. Povolené výjimky jsou uvedené v dokumentu [SPIR Doporučení pro tvorbu HTML5 reklamy](#).
3. V případě, že kreativa je tvořena jako .html stránka pro nasazení přes IFRAME, je struktura v .zip souboru takto:
 - a. V hlavním adresáři soubor index.html, který (při rozbalených datech kreativy) lze v prohlížeči spustit a zobrazit funkční banner.
 - b. Soubory vyžadující úpravu před nasazením umístit v hlavním adresáři (root)
 - c. Volitelně v podadresářích první úrovně lze umístit pomocné soubory; názvy těchto adresářů volte výstižně podle obsahu (např. img, css, js), cesty k těmto souborům uvedeny jako relativní.
 - d. V rámci archivu banneru HTML5 (ZIP) jsou povoleny všechny vyjmenované typy souborů: CSS, JS, HTML, GIF, PNG, JPG, SVG, WOFF, WOFF2, TTF, EOT
4. Pro snadnou manipulaci s bannery ve formátu HTML5, pojmenujte každý archiv ZIP tímto způsobem: HTML5+rozměr+názevbanneru (př.: HTML5_970x210_leaderboard.zip). Výrazně tím urychlíte celý proces nasazení banneru do reklamního systému.

Více k formátu HTML5 je uvedeno v samostatném dokumentu [SPIR doporučení pro tvorbu HTML5 reklam](#).

VII. Obecná pravidla pro umístění reklam ve stránce

1. Reklama musí být viditelně označena:
 1. slovním označením „reklama“ poblíž reklamní pozice nebo bloku reklamních pozic (blok textových reklam)
 2. grafickým oddělením od obsahu, lze-li předpokládat záměnu s obsahem – černým orámováním reklamní plochy u stránek s bílým podkladem nebo jiným grafickým prvkem.
2. Reklama zasahující do obsahu nebo jinak znemožňující běžné čtení a manipulaci s obsahem (tzv. Agresivní forma reklamy) musí viditelně obsahovat tlačítkový prvek pro odstranění, nevyplývá-li z formátu jiná specifikace (například cursor banner)
3. poskytovatelé obsahu mají právo rozšířit limity nad rámec specifikace (typicky maximální datová velikost) nebo naopak snížit limity. Zadavatelé reklamy mohou takové změněné proprietární limity použít s vědomím, že kreativa nebude akceptována jiným provozovatelem obsahu