

TECHNICKÉ PODMÍNKY

MEDIA CLUB, s.r.o.

Obsah

1. Technické podmínky pro výrobu reklamních spotů, sponzorských vzkazů a teleshoppingu určených k odbavení do distribuční sítě FTV Prima..... 3
2. Technické podmínky reklamních formátů internetové reklamy na webech zastupovaných společností MEDIA CLUB, s.r.o..... 5

1. Technické podmínky pro výrobu reklamních spotů, sponzorských vzkazů a teleshoppingu určených k odbavení do distribuční sítě FTV Prima

Účinnost od 1.1.2016

Pro výrobu spotů dodávaných do FTV Prima jsou stanoveny tyto technické podmínky:

1. Dodávané pořady musí být dodány souborovou metodou prostřednictvím systému „Prima Delivery“ (<http://spoty.prima-net.cz>) ve formátu MXF OP1a.
2. Záznam musí být ve vysokém rozlišení (HD) ve formátu MPEG HD422 50Mb/s (50i).
3. Video signál musí vyhovovat mezinárodním doporučením ITU-R BT.709.
4. Zvukový mix musí respektovat doporučení EBU R128, zvuková úroveň pořadu musí být normalizována na -23 LUFS v integračním módu měření, maximální povolená hodnota modulace je -1 dBTP. Referenční tón o kmitočtu 1 kHz musí být zaznamenán s úrovní -18 dBFS.
5. Audiosignál musí být zaznamenán ve verzi STEREO, přičemž musí být dodrženo toto pořadí audiostop:
A1 = L (levý kanál)
A2 = R (pravý kanál).
Pokud je signál zaznamenán ve verzi MONO musí být audiosignál shodný v obou kanálech A1 a A2.
Modulace A1 a A2 nesmějí být ve vzájemné protifázi.
6. Časový posun (offset) mezi obrazem a zvukem nesmí být subjektivně postřehnutelný a nesmí přesáhnout 60 ms v případě předbíhání zvuku resp. 100 ms při zpoždění zvuku za obrazem.
7. V celé délce záznamu musí být zaznamenán kontinuální časový řídicí kód (TC).
8. Reklamní sdělení musí obsahovat 2 snímky (2f) černé před začátkem a 2 snímky (2f) po konci spotu
9. Povinné údaje pro spoty dodávané souborovou metodou musí být vyplněny dle webového formuláře systému „Prima Delivery“.
10. Při výrobě sponzorského vzkazu je nutné vkládat šablonu FTV Prima přímo do sponzorského vzkazu, a to tak, aby byla zobrazena po celou dobu jeho trvání. Pokud se jedná o sponzora pořadu, je nutné vložit šablonu s titulkem „Sponzor pořadu“. V případě výroby sponzora programu je nutné vložit šablonu s titulkem „Sponzor programu“ a uvedené sponzory doplnit o povinné znělky Prima/Prima COOL/Prima love/Prima ZOOM v délce trvání 2 s, a to ve variantě před sponzorským vzkazem a po sponzorském vzkazu.
11. FTV Prima nekládá ident kanálu (logo) do sponzorských vzkazů, ident je již obsažen v šabloně pro výrobu sponzorského vzkazu.

2. Technické podmínky reklamních formátů internetové reklamy na webech zastupovaných společností MEDIA CLUB, s.r.o.

Obecná pravidla

Není-li uvedeno jinak, tato pravidla platí pro všechny typy reklamních formátů

- Kreativita nesmí být příliš agresivní, aby nevyrušovala uživatele při práci se stránkou, nesmí obsahovat vulgarismy či jiné neetické prvky.
- Musí být dodrženy maximální datové limity a správné rozměry dle objednané pozice. Při překročení max. datové velikosti bude účtován příplatek ve výši 1% ze základní ceny za každé 1%, o kterou byla datová velikost překročena.
- Nesmí obsahovat ovládací prvky operačních systémů a nesmí vypadat jako systémové hlášky.
- Podklady nesmí jakkoliv zasahovat do stránky nebo ovlivňovat chování prvků stránky.
- Podklady nesmí obsahovat žádné zvuky, výjimkou je pouze videobanner a videospot.
- Za propagaci více značek nebo subjektů je účtován příplatek ve výši 15% za každou značku/subjekt.
- Ke každé objednané pozici, mimo HBBTV, je možné dodat nejvýše 3 kreativy + 3 cílové URL.
- Objednatel je povinen poskytnout Dodavateli kompletní podklady nejpozději 3 pracovní dny před plánovaným datem zahájení kampaně (bannerová reklama). V případě nestandardní formátů činí lhůta pro poskytnutí podkladů 5 pracovních dnů před datem zahájení kampaně (PR články, soutěže a speciální projekty). V případě podkladů pro výrobu aplikace do HBBTV činí lhůta 10 pracovních dnů před datem zahájení kampaně.
- Podklady společně s měřicími kódy se zasílají na e-mail obchod-online@media-club.cz

Video reklama

Videospot

Reklamní formát	Rozměr	Max. datová velikost	Formát
Videospot	aspekt 16:9 - FullHD, HD	100 MB	.mp4 (h.264), .mpeg
Mobilní vertikální video	aspekt 16:9 - FullHD, HD	2 MB	.mp4 (h.264), .mpeg

- Formát: .mp4 (h.264), .mpeg.
- Max. délka: dle mediaplánu
- Rozlišení: aspekt 16:9 (PAL Widescreen - spoty jsou v zásadě ve stejném formátu jako vysílání TV Prima. Video je anamorfní, nepoužívají se čtvercové pixely).
- Max. bitrate 6 Mbps.
- Maximální datová velikost 100 MB.
- Zvuk: AAC, 48 kHz - bez uměle zesíleného zvuku (cca 16,5 dB). Zvukový mix musí respektovat doporučení EBU R128, zvuková úroveň pořadu musí být normalizována -23 LUFS v integračním módu měření, maximální povolená hodnota modulace je -1 dBTP.
- AKA kód videospotu.
- URL pro proklik.

- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové imprese nebude nasazeno samostatné externí měření.

Overlayer

Reklamní formát	Rozměr v px.	Max. datová velikost	Formát
Overlayer	600 x 100	30 kB	JPG, GIF, PNG

- Rozměr formátu: 600 x 100 pixelů.
- Datová velikost: max. 30 kB.
- Formát: JPG, GIF, PNG.
- Nelze použít zobrazovací script.
- Cílová URL pro proklik.
- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové imprese nebude nasazeno samostatné externí měření.

Bannerová reklama

Standardní bannerové reklamní formáty

Reklamní formát	Rozměr v px.	Max. datová velikost	Formát
Leaderboard - mimo mobile	970 x 210	100 kB	JPG, GIF, PNG / HTML5
Medium Rectangle	300 x 250	100 kB	JPG, GIF, PNG / HTML5
Wallpaper	480 x 300	100 kB	JPG, GIF, PNG / HTML5
Half Page Ad - mimo mobile	300 x 600	100 kB	JPG, GIF, PNG / HTML5
Super Size Ad – mimo mobile	491 x 555	100 kB	JPG, GIF, PNG / HTML5
Board	970 x 300	100 kB	JPG, GIF, PNG / HTML5
Bottom	1 920 x 500	100 kB	JPG, GIF, PNG / HTML5
Fluid Bottom	1 920 x 2 560	240 KB	JPG, GIF, PNG / HTML5

- [Banner HTML5](#): technické specifikace pro výrobu naleznete [zde](#).
- Lze použít zobrazovací script.
- Cílová URL pro proklik.
- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové imprese nebude nasazeno samostatné externí měření.

Nestandardní bannerové reklamní formáty

Reklamní formát	Rozměr v px.	Max. datová velikost	Formát
Leaderboard Premium	1 920 x 500	300 kB	JPG, GIF, PNG
Branding	2 000 x 1 400	300 kB	JPG, GIF, PNG
Branding playeru	2 000 x 393	300 kB	JPG, GIF, PNG
Interscroller	768 x 1 230	100 kB	JPG, GIF, PNG
Mobile Vertikal Video	768 x 860	2 MB	.mp4 (h.264), .mpeg

Leaderboard Premium

- Formát JPG, GIF, PNG.
- Rozměr formátu 1 980 x 500 pixelů.
- Vlastní sdělení nebo výrazný motiv vycentrované na ploše 1 070 x 420 pixelů.
- U horní hrany musí být pro toto sdělení a další prvky umístěn přes základní grafiku pruh černé barvy se 70% průhledností.
- Není povoleno plné bílé pozadí.
- Nelze použít zobrazovací script.
- Cílová URL pro proklik.
- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové impresi nebude nasazeno samostatné externí měření.

Branding

- Formáty – JPG, PNG, GIF bez animace.
- Rozměr formátu 2 000 x 1 400 pixelů.
- Maximální datová velikost 300 Kb.
- Kreativita nesmí být transparentní.
- Grafika vyplňuje celý prostor kreativy 2 000 × 1400 px.
- Šířka webu: 1080px – ochranná část od 1060 do 1100px
- Hlavní sdělení umístěno nahoře v prostoru 1 480 x 700 px.
- Cílová URL pro proklik.
- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové impresi nebude nasazeno samostatné externí měření.

Branding playeru

- Formáty – JPG, PNG, GIF bez animace.
- Rozměr formátu 2 000 x 393 pixelů.
- Maximální datová velikost 300 Kb.
- Nelze použít zobrazovací skript.

- Hlavní sdělení musí být vycentrované v safezone viz. maketa.
- Není povoleno plné bílé pozadí.
- Není povolena transparentní kreativa.
- Cílová URL pro proklik.
- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové imprese nebude nasazeno samostatné externí měření.

Mobile Interscroller

- Formáty – JPG, PNG bez animace.
- Rozměr formátu 768 x 1 230 pixelů.
- Maximální datová velikost 100 Kb.
- Hlavní sdělení musí být vycentrované na 80% plochy od středu kreativy.
- Není povoleno plné bílé pozadí.
- Nelze použít zobrazovací script.
- Cílová URL pro proklik.
- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové imprese nebude nasazeno samostatné externí měření.

Mobile Vertikal Video

- Formáty – .mp4 (h.264), .mpeg.
- Rozměr formátu 768 x 860 pixelů.
- Maximální datová velikost 2 MB.
- Nelze použít zobrazovací script.
- Cílová URL pro proklik.
- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové imprese nebude nasazeno samostatné externí měření.

PR článek / Soutěž

- Formát - text ve wordu bez přebytečných znaků a informací (například entery na konci každého řádku), do 2 000 znaků včetně mezer.
- Obrázky nebo fotografie v kvalitním rozlišení, poměr stran 16:9, min. 620 x 349 pixelů, ideální šířka 1 200 pixelů.
- Lze vložit i video, které je vytvořené dle našich TP pro videospoty.
- Cílová URL pro proklik.
- Bez dodaných měřicích scriptů klientem se měří max. 5 prokliků na cílové stránky klienta.
- Externí měření nejlépe ve formě URL.
- Pro soutěž 3 až 5 otázek s možnostmi odpovědí a), b), c) i s vyznačením správných odpovědí.
- Seznam výher.
- Výhry zaslat na adresu společnosti FTV Prima, spol. s r.o. se začátkem kampaně.
- Cílová URL pro proklik.
- Externí měření ve formě URL.
- Na bonusové imprese nebude nasazeno samostatné externí měření.