

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ





Площадка	Рекламный блок	Пре-ролл	Пауз-ролл	Мид-ролл	Пост-ролл	Наценка за большой хронометраж, если есть	Возможность установки пиксель аудита	Возможность установки кликовой ссылки	Возможность делегирования кампании в ID Адривера заказчика	ГЕО	Таргетинг по контенту	Таргетинг по частоте
ivi.ru	пре-ролл до 70 сек мид-ролл до 70 сек пост-ролл до 2х мин пауз-ролл до 70 сек	до 15 сек	до 15 сек	до 15 сек	до 30 сек	да	да	да	нет	да	да	да
music.ivi.ru	нет	до 15 сек	нет	нет	нет	да	да	да	нет	да	да	да

ВАЖНО!

- Полный пакет материалов (ролик, пиксель, ссылка и т.д.) высылать минимум за 3 рабочих дня до старта
- ТТ для подготовки супер пре-ролла и нестандартных форматов запрашиваются индивидуально, готовый материал высылается на тестирование не менее чем за 2 недели
- Для корректного учета кликов на устройствах сторонними счетчиками, требуется подготовка пакет а пикселей состоящих из: пиксель на показ и пиксель для учета кликов без предварительного просмотра



Video

Наименование параметров видеопотока	Значение параметров
КонтейнерMP4 (MPEG-4 Part 14, HYPERLINK "http://ru.wikipedia.org/wiki/ISO" \o "ISO" ISO/ HYPERLINK "http://ru.wikipedia.org/wiki/IEC" \o "IEC" IEC 14496-14:2003)	
Кодек видеопотока	H.264 \ x264 (mp4-AVC)
Профиль AVC	High
Уровень	3.1 or higher
Битрейт видеопотока	2500 kbps и выше
Частота кадров\сек	23.976, 25, 29.97 CFR (фиксированная частота)
Соотношение сторон пикселя:	1:1 (square pixel)
Размер кадра для 16:9 SD video	720x400
Размер кадра для 4:3 SD video	720x540
Размер кадра для 2.21:1 SD video	720x324
Размер кадра для 2.35:1 SD video	720x304
Колориметрия	По умолчанию для заданных настроек кодека
Развертка	Прогрессивная

Audio

Наименование параметров audio	Значение параметров
Кодек	AAC
Частота дискретизации	48 KHz
Битрейт	160 kBit/sec CBR, HiQ setting
Пиковый уровень	-15 dB
Количество каналов	2 (stereo)



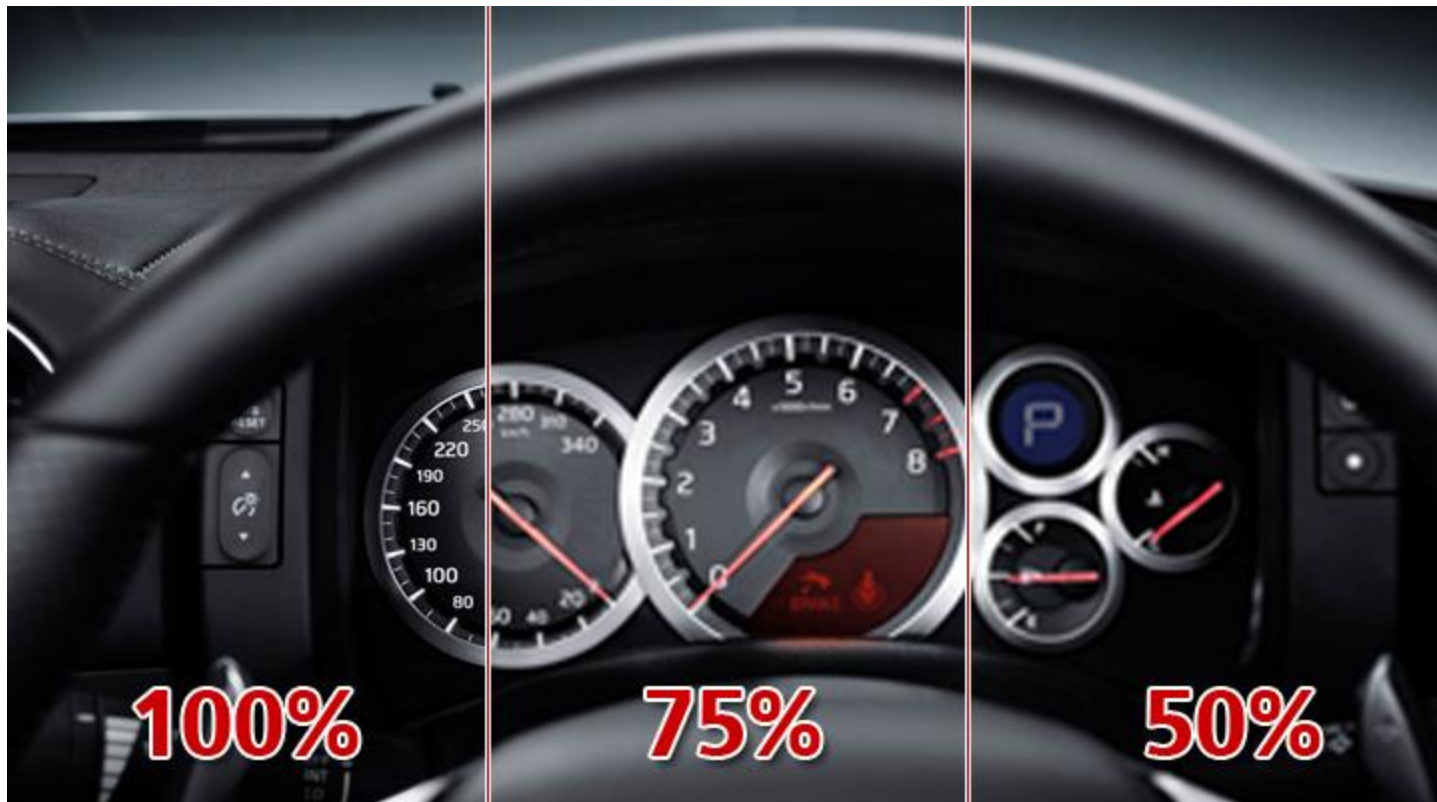
Video

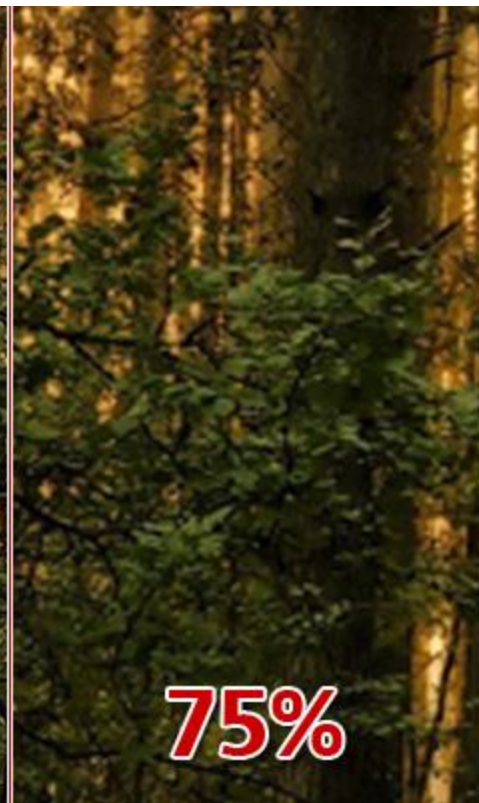
- Видео должно быть кадрировано\масштабировано, чтобы полностью соответствовать указанным размерам кадра. Любые черные поля\полосы вокруг значимой части кадра не допускаются.
- Если исходный видеоматериал оцифрован в progressive-развертку, на нем не должно присутствовать артефактов интерлейсинга – некорректно совмещенных полей, разделения кадра на полосы, фликера и т.п. При необходимости применяется форсирование де-интерлейсинга с применением фильтров.
- Видеопоток не должен содержать посторонних логотипов, субтитров и иной дополнительной графической информации любого рода – если наличие такой информации не требуется законодательством (например, сноски, примечания и пояснения, а также информация о лицензии и т.п., наличие которой обязательно в рекламных роликах). По возможности, подобная текстовая информация должна быть наложена поверх самого видео в нижней части кадра, не занимая лишнего места на экране и не требуя выделения под себя черных полей
- Видеофайл должен содержать только основное видео: смонтированные с основным видеоматериалом трейлеры, иные доп. материалы, рекламные заставки, а так же технические клипы (таблицы ГЦП, текстовая информация о длительности, производителе и лицензировании видео и т.п.), а также длительные участки пустого видео (черный экран) не допускаются. Максимальная продолжительность черных экранов перед\после основного видео – 3 секунды.

Audio

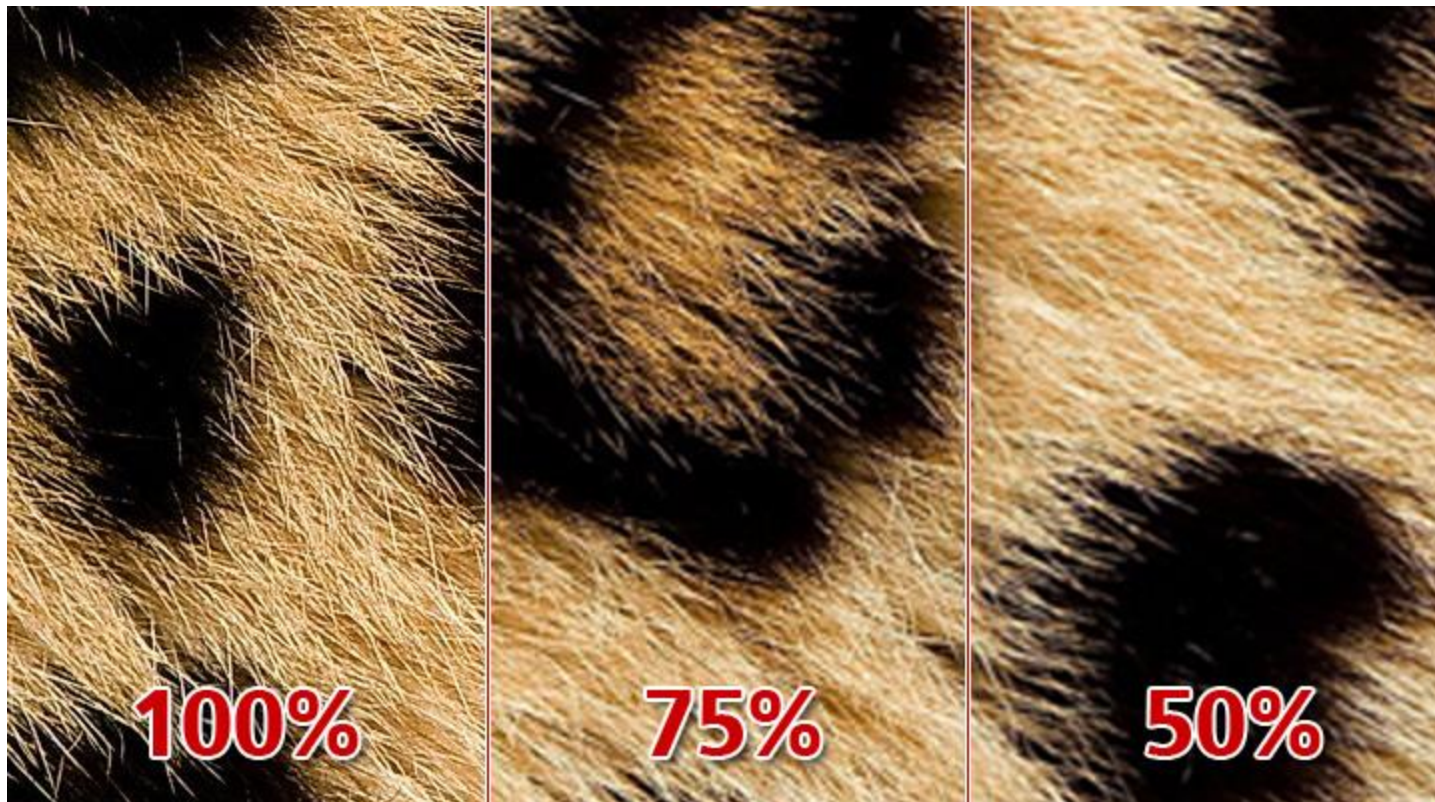
- Значение в **-15 дБ**, указанное в секции параметров аудио – это ПИКОВОЕ значение. Среднее значение громкости аудиопотока не может превышать пиковое, но может варьироваться от клипа к клипу и по этой причине не задается заранее. Поэтому основным требованием является соблюдение следующих правил: звук не должен содержать искажений, перегрузок, искусственно сжатого динамического диапазона, и средняя громкость подбирается таким образом, чтобы среднестатистический пользователь мог услышать все значимые части звуковой дорожки, как основные, так и тихие звуки (например, шепот, интершумы и т.д.), используя стандартные наушники\гарнитуру, без звукоусиления и с системной громкостью, установленной на 50%.
- Если по каким-либо причинам видео не предполагает наличия звука, сам видеофайл все равно должен содержать пустую дорожку аудио с указанными параметрами кодека, частоты и количества каналов, а не только видеопоток. **ЭТО ТРЕБОВАНИЕ – ОБЯЗАТЕЛЬНО для совместимости со всеми площадками.**

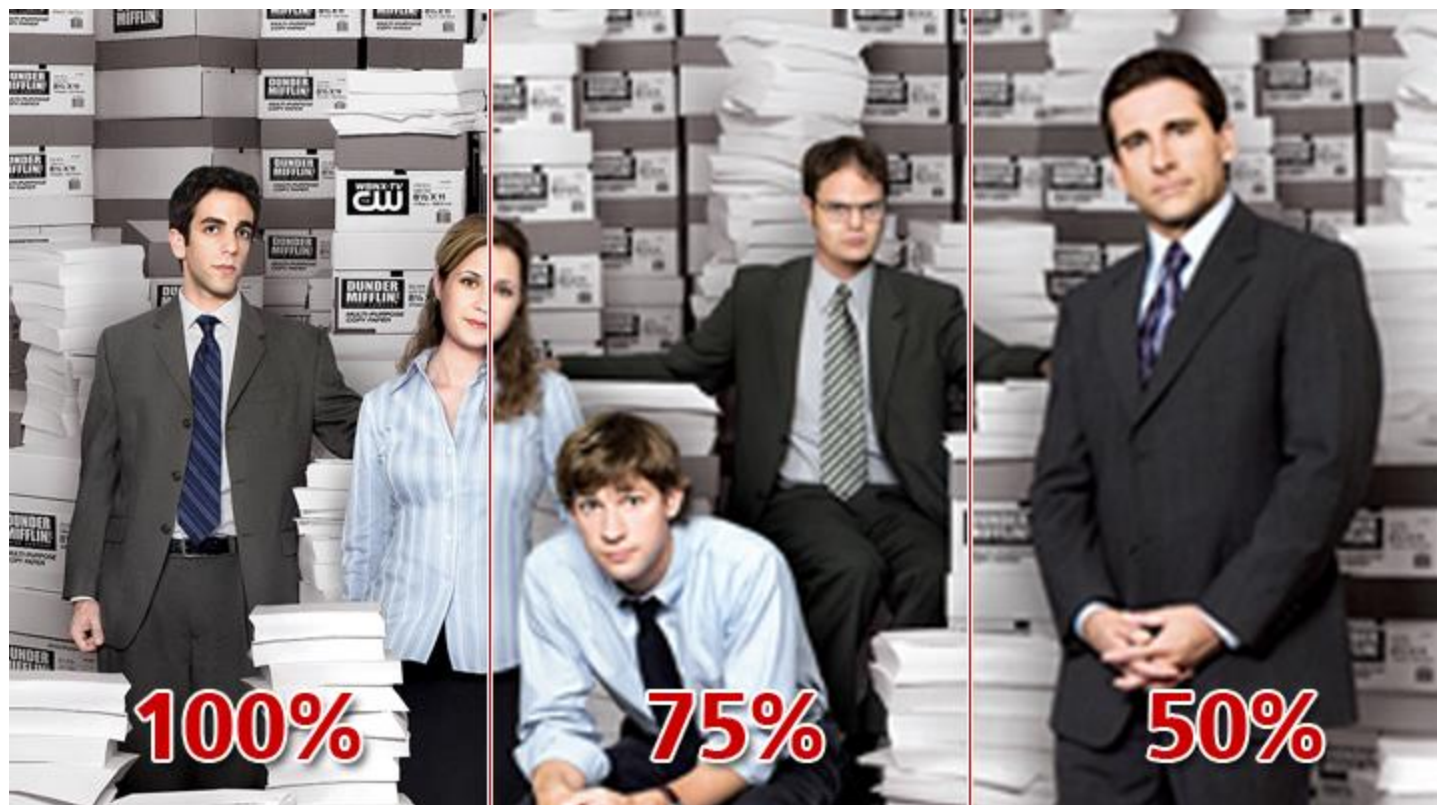
¹ Указанные характеристики являются рекомендациями. В работу принимаются и файлы, не полностью удовлетворяющие приведенным параметрам. Однако, в случае несоответствия предоставленных материалов указанным рекомендациям, претензии по качеству картинки\звука\некорректного отображения видео не принимаются













Устройство	Позиция	Видимая область	ТТ
Android - телефоны	Баннер в каталоге	720 x130	jpg, gif, png 50 КБ
	Центральный промо-блок	1024 x 449	
	Старт-скрин *только горизонтальная ориентация	720 x1280	
Android - планшеты	Баннер в каталоге	1280 x 163	
	Центральный промо-блок	1024 x 449	
	Старт-скрин *только горизонтальная ориентация	1280x753	
iOS - телефоны	Баннер в каталоге	640 x 130	
	Центральный промо-блок	1024 x 449	
	Старт-скрин *Так как на iPhone 4/4S по высоте старт-скрин обрезается до размера 960px, то нужно учитывать зону в 176px, в нижней части старт-скрина не располагать важную информацию.	640 x1136	
iOS - планшеты	Баннер в каталоге *В книжной ориентации уменьшается до 1536x244	2048 x 324	
	Центральный промо-блок	1024x449	
	Старт-скрин *Старт-скрин обрезается на устройстве в зависимости от ориентации планшета. Рекомендуется всю важную информацию располагать в зоне 1536 x1536px по центру старт-скрина.	2048 x 2048	
Smart TV - LG, Philips	Центральный промо-блок	1024 x 449	
Smart TV - Samsung	Центральный промо-блок	1156 x 352	



Внимание

1. форматы "Старт-скрин" и «ЦПБ» не являются кликабельными и не должны содержать
2. изображения кнопок, ссылок и текста типа "Нажмите сюда, чтобы узнать больше".
3. Все кликабельные форматы ведут на внешние ссылки, которые открываются в браузерах, установленных на устройство.
4. Рекламодателям рекомендуется не использовать страницы с использованием Flash.

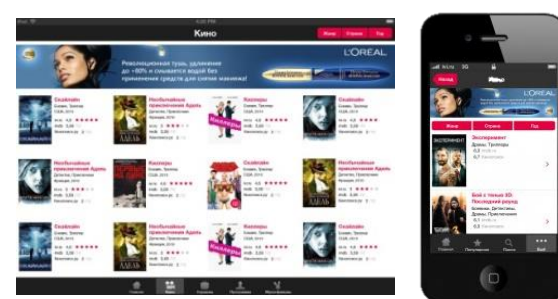
* п.1. Для стандартных медийных размещений



Центральный промо-блок. Главная страница устройства, первый экран. Переход на сайт рекламодателя предусмотрен



Старт-скрин. 5-секундная заставка при открытии приложения. Переход на сайт рекламодателя не предусмотрен



Баннер клиента в каталоге. Переход на сайт рекламодателя предусмотрен



Extender:

Оверлей может быть в формате флэш — файл .swf (рекомендованный размер: 50 КБ; рекомендованное разрешение: <1280×200 px; максимальное разрешение: 1280×300 px) или в формате изображения — файл .jpg/.gif/.png (рекомендованный размер: 50 КБ; рекомендованное разрешение: <1280×200 px; максимальное разрешение: 1280×300 px)

Adselector:

Подложка: формат файла: .jpg; рекомендованный размер: <60 КБ; соотношение сторон: 16:9; минимальное рекомендованное разрешение: 1280×720 px

Иконки (по клику на которые осуществляется запуск одного из видео): формат файла: .jpg/.gif/.png; рекомендованный размер: <30 КБ. Для каждого видео применяется отдельная кликабельная иконка

Microsite:

Соотношение сторон: 16:9;

минимальное рекомендованное разрешение: 1280×720 px

Если разработку делает клиент

Интерактивный ролик должен удовлетворять общим требованиям к MRAID-материалам;
И адаптирован к мобильным устройствам.



Формат: 240x400. Главная страница, страница просмотра видео

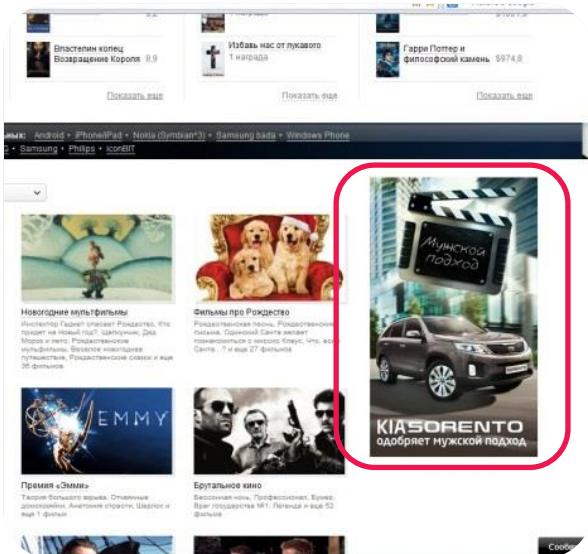
В вашем flash-ролике сделайте элемент button. Для этого элемента напишите следующий код:

1. `on (release) {getURL(_root.link1, "_blank")}`

2. Вес до 50Кб

3. Более подробно о подготовке баннера можно посмотреть тут <http://www.adriver.ru/doc/specs/tehflash/>

4. Нет возможности таргетирования по жанрам





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ