

SPECIFICATIONS TECHNIQUES FORMATS CLASSIQUES

ELEMENTS A FOURNIR

Spécifications techniques formats publicitaire JPEG/GIF

- Une création **JPEG / GIF (pas de SWF)** ou **PNG** respectant les standards recommandés par l'IAB : **728x90** (Mega Banner), **120x600** (skyscraper), **160x600**, **300x250** (Pavé), **300x600** (Grand Angle), **970x250** (Masthead) , **1000x200** ou **1000x260**.
- L'URL de redirection à programmer lors d'un clic sur le format publicitaire.
- Un pixel de comptage agence 1x1 px (optionnel)
- **Sur SFR Webmail** : Tout le contenu publicitaire doit respecter le protocole HTTPS. Les URL sources et clics doivent être préfixées par **HTTPS://**

Spécifications techniques formats publicitaire en HTML5

CAS 1 Exclusivement pour les sites : Public - Rfm - Femina - Lejdd - Parents - Air France - Air France Mag - Doctissimo - Hachettes vins - Gulli.

Préparation du fichier .zip :

1. S'assurer que le dossier zippé est le dossier contenant directement le fichier index.html (il ne faut pas qu'il y ait de dossier intermédiaire)

2. Ajouter dans le header un appel à la librairie Javascript HTML5 AppNexus :

```
<script src="https://acdn.adnxs.com/html5-lib/1.3.0/appnexus-html5-lib.min.js"></script>
```

3. Pour le click tracking, il faut mettre une balise <a> autour du code de la créa comme ci-dessous :

```
<body>  
<a href="javascript:void(0)" onClick="window.open(APPNEXUS.getClickTag(), '_blank');">  
<!-- Code créa -->  
</a>  
</body>
```

4. S'assurer qu'il n'y a que des appels "**HTTPS**" et aucun appel à un URL en "HTTP".

5. Ne pas implémenter d'url de redirection dans la création.

CAS 2 dont les éléments (images, script, CSS, vidéos MP4 16/9 ... **pas de SWF**) sont hébergés sur les serveurs de Lagardère Publicité

- Le fichier **.html** avec le clickcommand fourni par Lagardère Publicité

Il est impératif d'utiliser qu'une et une seule url de clic

- Les éléments publicitaires (images, script, CSS, vidéos MP4 16/9 ... **pas de SWF**)
(Voir les conditions et frais d'hébergement avec le commercial)

- Un pixel de comptage agence 1x1 px (optionnel)

- **Sur SFR Webmail**, tout contenu publicitaire doit respecter le protocole HTTPS. Les URL sources et clics doivent être préfixées par **HTTPS://**

CAS 3 dont les éléments (images, script, CSS, vidéos MP4 16/9 ... **pas de SWF**) sont hébergés intégralement par l'agence/annonceur

- **Redirect Agence .JS ou HTML** avec le clickcommand fourni par Lagardère Publicité

Il est impératif d'utiliser qu'une et une seule url de clic

- Nous préciser la dimension du format

- **Sur SFR Webmail**, tout contenu publicitaire doit respecter le protocole HTTPS. Les URL sources et clics doivent être préfixées par **HTTPS://**

CAS 4 Le fichier **.html** hébergé par l'agence/annonceur dont les éléments (images, script, CSS, vidéos ... **pas de SWF**) sont hébergés par Lagardère Publicité (Voir les conditions et frais d'hébergement avec le commercial)

- Les éléments publicitaires (images, script, CSS, vidéos MP4 16/9 ... **pas de SWF**) avec le clickcommand fourni par Lagardère Publicité

Il est impératif d'utiliser une seule url de clic

- Nous préciser la dimension du format

- **Sur SFR Webmail**, tout contenu publicitaire doit respecter le protocole HTTPS. Les URL sources et clics doivent être préfixées par **HTTPS://**

RECOMMANDATIONS pour le développement du code HTML5 :

- L'intégralité des fonctions spécifiques (Taille du format, rotation, expand, clic, autoplay, interactions avec l'utilisateur ...) doivent être testées sur tous les navigateurs.
- Dans le <head>, bien insérer le méta scale de redimensionnement.
- Mettre un overflow : hidden sur le body dans le CSS.
- Réaliser les animations en CSS, si possible éviter le JS.
- Préfixer les classes et identifiants CSS pour éviter toutes interactions avec le support qui affiche la création.

CONTRAINTES TECHNIQUES

- Le poids des créations JPEG, GIF et HTML ne doit pas dépasser **100** Ko

DELAI DE LIVRAISON

- L'envoi des éléments est obligatoire au moins **3 jours ouvrés** avant la mise en.☒

Pour information : Lagardère Publicité ne pourra garantir la mise en ligne des campagnes pour les éléments reçus **après 16h**. **Si toutefois les programmations sont assurées les éventuelles erreurs ne pourront faire l'objet de compensation.**

UN PROBLEME ?

En cas de doutes ou d'interrogations, n'hésitez pas à contacter le service **Traffic** (traffic@lagardere-pub.com) ou votre contact commercial chez Lagardère Publicité !

TECHNICAL SPECIFICATIONS STANDARD FORMATS

REQUIRED ELEMENTS

JPEG/GIF ad formats

- A **JPEG / GIF** image (**no SWF**) or **PNG** conforming to IAB standards: **728x90** (Leaderboard), **120x600** (Skyscraper), **160x600**, **300x250** (Medium Rectangle), **300x600** (Half Page), **970x250** (Billboard), **1000x200** or **1000x260**.
- Clickable ad with redirect URL embedded.
- Agency tracking pixel, 1x1 px (optional)
- **On SFR Webmail** : All advertising content must respect HTTPS protocols. Source URLs and clickthroughs must be prefixed by **HTTPS://**

HTML5 ad formats[?]

EX 1 where site is using AppNexus : Public - Rfm - Femina - Lejdd - Parents - Air France - Air France Mag - Doctissimo - Hachettes vins - Gulli.

Architecture of the .zip file :

1. The Index.html file must be at the root of the zip file, not in a subfolder
2. Insert a call to the HTML5 AppNexus Javascript Library inside the header:

```
<script src="https://acdn.adnxs.com/html5-lib/1.3.0/appnexus-html5-lib.min.js"></script>
```

3. For click tracking, wrap an **<a>** tag around the ad creative code as shown bellow :

```
<body>  
<a href="javascript:void(0)" onClick="window.open(APPNEXUS.getClickTag(), '_blank');">  
<!-- Your creative's code -->  
</a>  
</body>
```

4. Make sure there are only "HTTPS" calls and no URL prefixed by "HTTP".
- 5- Do not implement redirect url in the creative.

EX 2 where elements (images, scripts, CSS, 16/9 mp4 videos ... **no SWF**) are hosted on Lagardère Publicité servers

- **html file** with click-through URL provided by Lagardère Publicité

Only one click-through URL can be used.

- Ad elements, creatives (images, scripts, CSS, 16/9 MP4 video ... **no SWF**)
(See Sales Department for conditions and hosting fees)
- Agency tracking pixel, 1x1 px (optional)
- **On SFR Webmail** : All advertising content must respect HTTPS protocols. Source URLs and clickthroughs must be prefixed by **HTTPS://**

EX 3 where elements (images, scripts, CSS, MP4 16/9 video ... **no SWF**) are hosted fully by the agency or advertiser

- **Agency redirect (JS or HTML)** with click-through URL provided by Lagardère Publicité.

Only one click-through URL can be used.

- Size of the ad must be provided
- **On SFR Webmail** : All advertising content must respect HTTPS protocols. Source URLs and click-throughs must be prefixed by **HTTPS://**

EX 4 The **html** file hosted by the agency/advertiser and elements (images, scripts, CSS, videos ... **no SWF**) are hosted by Lagardère Publicité (See Sales Department for conditions and hosting fees)

- Ad elements, creatives (images, scripts, CSS, 16/9 mp4 videos ... **no SWF**) with click-through URL provided by Lagardère Publicité.

Only one click-through URL can be used.

- Size of the ad must be disclosed
- **On SFR Webmail** : All advertising content must respect HTTPS protocols. Source URLs and click-throughs must be prefixed by **HTTPS://**

RECOMMENDATIONS for development of HTML5 code:

- All specific functions (size, rotation, expands, clicks, auto-play, UI...) must be tested on all browsers.
- Ensure resizing data is inserted into <head> element
- Include 'overflow : hidden' tag in CSS.
- Create animations in CSS, avoiding javascript if possible.
- Prefix CSS classes and IDs to avoid all interactions with the displayed design element.

TECHNICAL CONSTRAINTS

- JPEG, GIF et HTML design elements must not be larger than **100 kb**

EXPECTED DELIVERY TIME

All design elements must be delivered at least **3 business days** before online publication.

Further information: Lagardère Publicité can not guarantee online publication of campaigns where elements are received after **3pm. However, any errors in already scheduled campaigns will not qualify for compensation.**

PROBLEMS ?

For any and all questions or concerns, please contact traffic@lagardere-pub.com or your sales contact at Lagardère Publicité.