

FFS Digital Advertising – Linee guida per strumenti pubblicitari.

Informazioni importanti.

AdServer: Google Ad Manager.

Animazioni: evitare l'uso di più animazioni attive in parallelo e di grafici trasparenti in sovrapposizione (soprattutto per quanto riguarda le prestazioni).

Consegna strumento pubblicitario: al più tardi **5 giorni lavorativi** prima dell'inizio della campagna.

Denominazione: utilizzare definizioni chiare e denominare in modo inequivocabile tutti gli elementi nell'HTML (ID o nome).

Codice: utilizzare il codice di convalida W3C (<http://validator.w3.org/>)

Creative: creare una cartella zip separata con tutti i file necessari per ogni strumento pubblicitario, archiviare solo JavaScript e immagini nella sottocartella. Gli elementi di uno strumento pubblicitario (anche TAGS) forniti devono essere compatibili con HTTPS. URL di destinazione e tracking link devono essere integrati.

Definizioni con i CSS: crearle direttamente su nomi e ID, non accedere a elementi generali. Collegare direttamente nel file «index.html» e non inserire riferimenti esterni.

Font: utilizzare possibilmente Free Fonts. I font propri devono essere testati con attenzione e possono causare difficoltà.

File JavaScript: non comprimere o solo dopo aver inserito il tracking.

jQuery: sconsigliato a causa di una riduzione delle prestazioni.

Misurazione dei clic: disposizione tramite Google Ad Manager, maggiori [informazioni](#) su ClickTAG

Tag: tag IFRAME/JavaScript (iniziano con <ins e finiscono con </ins>)

Formati strumenti pubblicitari.

Desktop ffs.ch.

Designazione	Dimensioni visualizzazione (pixel)	Dimensioni fornitura (pixel)	Dimensioni file max vax	Formati
Desktop Wideboard	994 x 250	994 x 250	90 KB	JPEG, GIF, HTML
Desktop Maxiboard	994 x 118	994 x 118	90 KB	
Desktop Leaderboard	728 x 90	728 x 90	90 KB	
Desktop Halfpage-Ad	300 x 600	300 x 600	90 KB	
Desktop Medium Rectangle	300 x 250	300 x 250	90 KB	

Formati strumenti pubblicitari – Dispositivo mobile.

Designazione	Dimensioni visualizzazione (pixel)	Dimensioni fornitura (pixel)	Dimensioni file max	Formati
Mobile Rectangle	300 x 250	600 x 500	70 KB	JPEG, GIF,
Mobile Wideboard	320 x 160	640 x 320	70 KB	HTML

Attenzione. La visualizzazione degli elementi inseriti su dispositivo mobile deve essere compatibile con Retina. Anche l'agenzia deve dimensionare le immagini tramite il collegamento corretto con Image di HTML, passando dalle dimensioni doppie di quanto fornito alle dimensioni corrette di visualizzazione.

Esempio di dimensionamento Mobile Wideboard.

```
<a href="https://www.loro-landingpage.ch" target="_blank" rel="nofollow">  
  
</a>
```

Assenza di barriere.

In linea generale si applicano le raccomandazioni per contenuti web privi di barriere 2.0 di WCAG (Web Content Accessibility Guideline).

Criteria importanti.

Funzione di immagini e animazioni: per la descrizione si utilizza Alt Attribute.

Touch Target: dimensioni minime 48 x 48 pixel.

Leggibilità: la dimensione dei caratteri non deve essere inferiore a 12 punti.

Contrasto: in generale il contrasto cromatico (per testo/pittogramma) deve soddisfare le norme AA di WCAG (usare sempre contrasti elevati).

Guida e aiuto: devono essere supportate le opzioni di assistenza del sistema operativo.

Offerte multimediali: esistono alternative testuali.

Script, applet ecc.: sono privi di barriere oppure sono previste alternative prive di barriere.