FUL

LEADERBOARD LARGO · 940 × 90




LEADERBOARD · 728 × 90




RETTANGOLO · 300 × 250




TELEFONO · 300 × 50




GUIDA PER GLI INSERZIONISTI

# BANNER PER IL SITO

Gli spazi pubblicitari di firenzeurbanlifestyle.com, le misure da consegnare e le regole per un annuncio che si legge bene su ogni schermo.

01 · GLI SPAZI

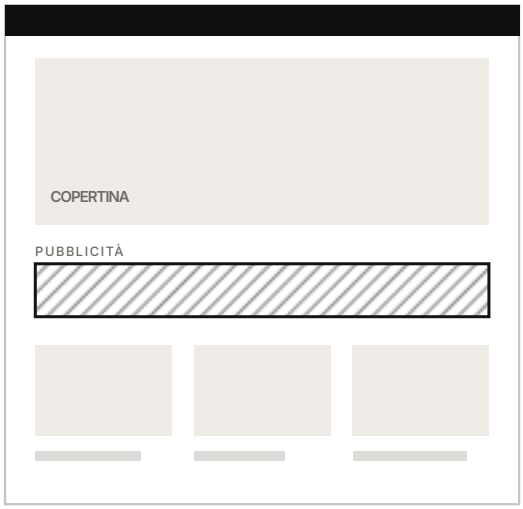
# DOVE COMPARE IL VOSTRO BANNER

Sul sito ci sono tre posizioni per la pubblicità, gestite con Google Ad Manager. Sopra ognuna compare l'etichetta «Pubblicità», così chi legge sa sempre cosa sta guardando.

## LE TRE POSIZIONI

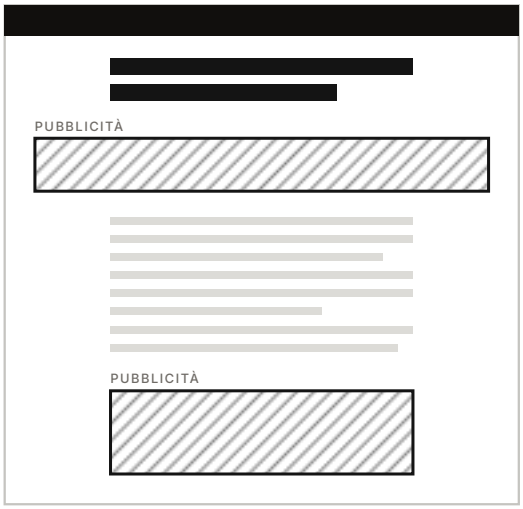
1. **In home, sotto la copertina.** La prima fascia che si incontra scorrendo la pagina principale.
2. **Nell'articolo, prima del testo.** Fra il titolo e l'inizio della lettura.
3. **In fondo all'articolo.** Dentro la colonna di lettura, alla fine del pezzo: per questo lì lo spazio è più stretto.

HOME · COMPUTER



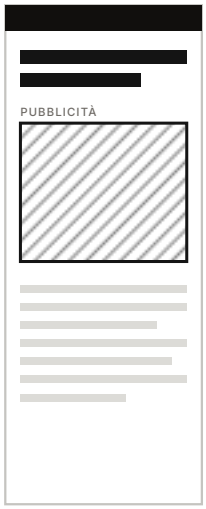

1 fascia larga fino a 980 px, 940 utili

ARTICOLO · COMPUTER




2 · 3 prima del testo · in fondo, 664 px

TELEFONO




318 px utili

**980 px**
La larghezza massima della fascia pubblicitaria.

**20 px**
Il margine su ogni lato della fascia.

**940 px**
Lo spazio che resta davvero per il banner, dentro la fascia.

**664 px**
Lo spazio in fondo all'articolo, dentro la colonna di lettura.

**318 px**
Lo spazio sul telefono.

**250 px**
L'altezza che la fascia tiene libera, quella del formato più alto.

02 · I FORMATI

# I FORMATI DA CONSEGNARE

Ogni formato si consegna in due file: la misura del banner e la versione retina, al doppio. Gli schermi di oggi hanno il doppio dei pixel: il file doppio occupa lo stesso spazio e si vede nitido.

| FORMATO | MISURA | FILE RETINA | DOVE SI VEDE |
|---|---|---|---|
| **Leaderboard** | **728 × 90** | **1456 × 180** | Computer e tablet, da 768 px di larghezza in su. |
| **Leaderboard largo** | **940 × 90** | **1880 × 180** | Solo sugli schermi da circa 1000 px in su. |
| **Rettangolo** | **300 × 250** | **600 × 500** | Ovunque. È il formato più sicuro, e il principale sul telefono. |
| **Telefono** | **300 × 50** | **600 × 100** | Sotto i 768 px di larghezza. |
| **320 × 50** | **da non consegnare** | | Nell'articolo lo spazio sul telefono è di 318 px: un banner da 320 non ci entra. |

### 940, NON 950

Il 950 × 90 è una misura che circola spesso, ma la nostra fascia dentro è larga 940 px. Un banner da 950 non entra intero: perde 10 px sul lato destro. Per questo il formato largo si consegna a 940.

### SEMPRE ANCHE IL 300 × 250 E IL 300 × 50

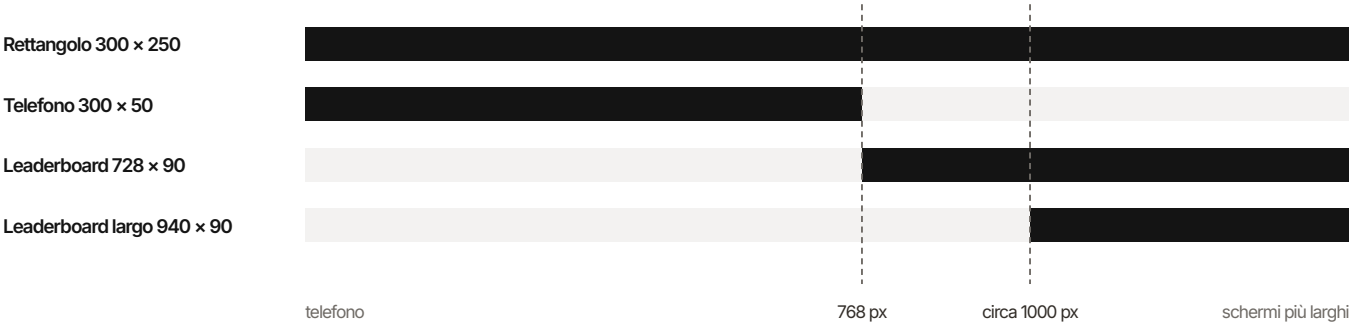
La misura che compare non la scegliamo a mano: la sceglie Google, in base al dispositivo di chi legge. E gli annunci non si rimpiccioliscono per entrare nello spazio: si tagliano. Insieme ai formati da computer, quindi, servono sempre il rettangolo e la striscia da telefono.

### LE MISURE SONO IN PIXEL

Tutte le misure di questa guida sono in pixel, riferite al banner a misura 1x. Il file retina è lo stesso disegno esportato al doppio: stesse proporzioni, stessa impaginazione, il doppio dei pixel.

SU QUALE SCHERMO

Le barre nere segnano la larghezza dello schermo su cui ogni formato può comparire. Il rettangolo è l'unico che le copre tutte.



03 · A SCALA

# COM'È FATTO OGNI FORMATO

I quattro formati disegnati alla stessa scala, con l'area sicura e l'angolo che resta libero. Il tratteggio segna fin dove possono arrivare logo, testo e bottone.

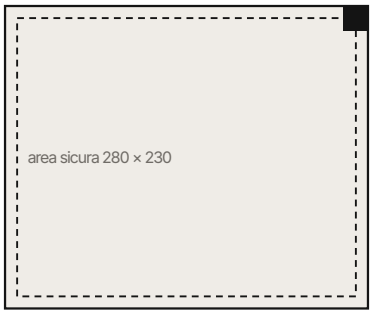
**Leaderboard largo · 940 × 90**




**Leaderboard · 728 × 90**




**Rettangolo · 300 × 250**



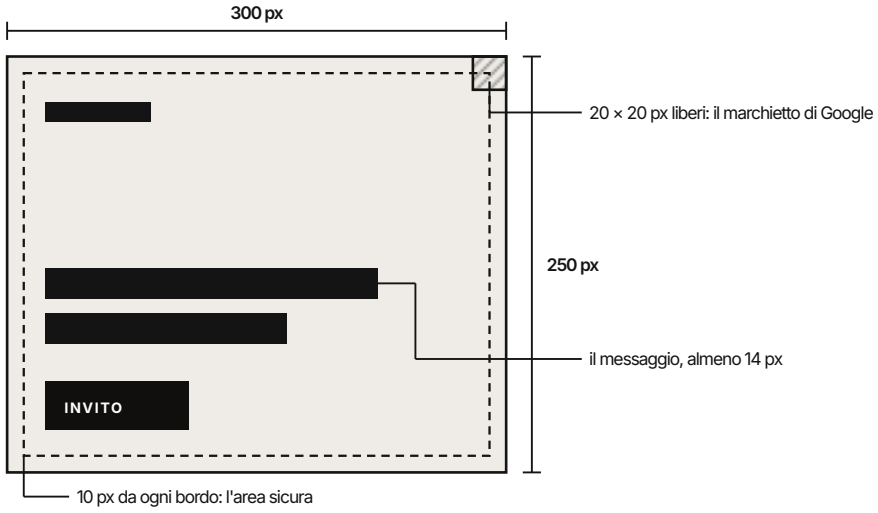

**Telefono · 300 × 50**




Tutti alla stessa scala: 100 px = 16 mm. Tratteggio: l'area sicura, 10 px da ogni bordo.
Quadrato nero: i 20 × 20 px in alto a destra riservati al marchietto di Google.

## IL DETTAGLIO

Il rettangolo 300 × 250 ingrandito, con le quote. Le stesse regole valgono per tutti i formati.



04 · LE REGOLE

# COME SI REALIZZA UN BANNER

Dieci regole, tutte misurabili. Sono quelle che decidono se un annuncio si legge in un secondo o scivola via mentre si scorre.

### L'AREA SICURA

Logo, testo e bottone stanno ad almeno 10 px da ogni bordo. Fuori da lì può arrivare solo il fondo.

### L'ANGOLO IN ALTO A DESTRA

I 20 × 20 px in alto a destra restano liberi: lì Google appoggia il suo marchietto, sopra il vostro disegno.

### IL TESTO

Almeno 14 px per il messaggio e 11 px per le diciture, misurati sul banner a misura 1x. Sul file retina diventano 28 e 22 px.

### IL CONTRASTO

Fra testo e fondo serve un contrasto di almeno 4,5:1. Un grigio chiaro su bianco, o un bianco su una foto chiara, non ci arriva.

### IL FONDO BIANCO

Un banner a fondo bianco va chiuso da un filetto di 1 px. Senza, si confonde con la pagina bianca e sembra parte dell'articolo.

### IL 300 × 50

È alto 50 px: ci stanno una riga di messaggio e il bottone, niente di più.

### IL PESO E IL FORMATO DEL FILE

Tetto consigliato 150 KB, 80 KB per il 300 × 50. JPG per le foto, PNG per testo e tinte piatte. La GIF animata è ammessa.

### L'ANIMAZIONE

Al massimo 30 secondi in tutto: è la regola di Google. Noi consigliamo 15 secondi e non più di 3 giri. L'ultimo fotogramma resta fermo, quindi porta marchio e invito.

### IL NOME DEL FILE

cliente_formato_campagna_v1.jpg, e la versione retina con @2x in fondo al nome: per esempio rossi_300x250_autunno_v1@2x.jpg.

### IL COLLEGAMENTO

Il link lo mettiamo noi, nel banner non serve scriverlo. A noi basta sapere a quale pagina deve arrivare chi clicca.

IN UNA RIGA

**Un messaggio, un invito, il marchio dentro l'area sicura.** Tutto quello che non ci sta in un banner sta nella pagina dove il banner porta.

05 · PRIMA DI MANDARE I FILE

# LA LISTA DI CONTROLLO

| | |
|---|---|
| 01 | Ci sono tutti i formati della campagna e, insieme a quelli da computer, anche il **300 × 250** e il **300 × 50**. |
| 02 | Ogni formato ha la sua versione retina, al doppio della misura, con **@2x** nel nome. |
| 03 | Il formato largo è **940 × 90**, non 950. E non c'è nessun 320 × 50. |
| 04 | Logo, testo e bottone stanno dentro l'area sicura di **10 px**. |
| 05 | L'angolo in alto a destra, **20 × 20 px**, è libero. |
| 06 | Il messaggio è di almeno **14 px** e le diciture di almeno **11 px**, a misura 1x. |
| 07 | Il contrasto fra testo e fondo è di almeno **4,5:1**. |
| 08 | Se il fondo è bianco, c'è il filetto di **1 px** tutto intorno. |
| 09 | Ogni file pesa al massimo **150 KB**, il 300 × 50 al massimo **80 KB**. |
| 10 | Se è animato: **30 secondi** al massimo in tutto, e l'ultimo fotogramma porta marchio e invito. |
| 11 | I nomi seguono lo schema **cliente_formato_campagna_v1**. |
| 12 | C'è l'indirizzo della pagina dove deve arrivare chi clicca. |

A CHI MANDARLI

## commerciale@firenzeurbanlifestyle.com

Nella mail i file, l'indirizzo della pagina di destinazione e il nome della campagna.