

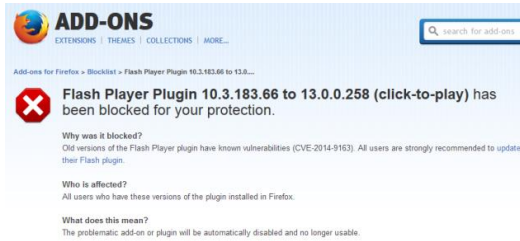


FAST TAKE

Vége a flash hirdetések korának?

Az Adobe Flash technológia korlátozásának hatásai a magyar digitális hirdetési piacon

VÉGE A FLASH HIRDETÉSEK KORÁNAK?



A Firefox böngésző 2015. július 14-e óta egy biztonsági hiba miatt blokkolja a régebbi (egyes 17-es, ill. korábbi) verziójú flash plug-inek használatát, így a flash tartalmak megjelenését. Ettől a konkrét esettől függetlenül a flash technológia leváltása már hosszabb ideje téma az iparágban, ám komolyabb változtatásokat csak idén őszre jelentettek be a legnagyobb szolgáltatók (ld. Google – Chrome). A Firefox döntése azonban már most érinti az online reklámkiszolgálást, így az alábbiakban összefoglaljuk a legfontosabb tudnivalókat és javasunk néhány változtatást, melyekkel biztosítható a további zavartalan működés.

Mi az a flash?

Az Adobe Flash egy a 90-es években fejlesztett multimédia és szoftver platform, mely alkalmas internetes alkalmazások, játékok és animációk készítésére, illetve audió és videó tartalmak lejátszására. Széles körű alkalmazhatósága miatt az elmúlt 25 évben előszeretettel használták weboldalak és online hirdetések készítésére, és a bannerek mind a mai napig szinte kizárólagosan ezzel a technológiával készülnek.

Mi változott, illetve milyen további változások várhatók?

Az utóbbi években kezdődött el a legnagyobb piaci szereplők tényleges elmozdulása a flash használatától.

Az Apple 5 évvel ezelőtt már leállította a flash technológia támogatását az iPhone és iPad eszközökön. Az Android 4.4 verziója óta az ezt használó mobilkészülékeken sem támogatott a

flash megjelenítése.

Az utóbbi hónapokban pedig a Safari és a Firefox is bejelentette, hogy alapbeállításként nem teszi elérhetővé a flash plug-int. Azt külön kell engedélyezniük a felhasználóknak a telepítés után.

A legnagyobb „riadalmat” a Google bejelentése okozta idén nyáron, ami szerint a szeptemberben megjelenő legújabb Chrome verzió egy algoritmus segítségével leállítja a „szükségtelennek” minősített flash tartalmakat, aminek komoly hatása lehet majd a weboldalak oldalsó hasábjában megjelenő flash hirdetésekre is.

A Firefox böngésző július 14-én egy biztonsági részre hivatkozva megszüntette a régebbi flash verziók támogatását a böngészőben, blokkolva a flash tartalmakat (pl. flash hirdetéseket). A héten megjelent legújabb Adobe Flash verzió telepítése után a Firefox böngészőben zavartalanul működik továbbra is az összes flash típusú tartalom, és bár szerencsére a vártnál gyorsabb ütemben frissül a flash player, a régi verziókkal kapcsolatos probléma nem tűnik el azonnal.



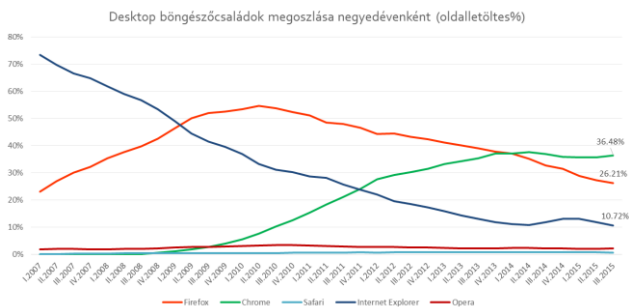
Mi a probléma a flash-sel?

1. Teljesítmény:
A flash technológia lassú és túlzottan igénybe veszi az eszközök processzorát. A tartalmak lassan töltődnek be, lassítják a készülékeket és gyorsan merítik az akkumulátort.
2. Biztonság:
A Flash az internet egyik legelterjedtebb és egyben lassan fejlődő platformja, így komoly biztonsági kockázatot jelent. (<http://www.theverge.com/2015/7/13/8948459/adobe-flash-insecure-says-facebook-cso>)

Miért fontos ez hirdetői szempontból?

Az internetes banner hirdetések jelentős része jelenleg flash megoldással készül. Az említett változtatások pedig a hazai internetezők túlnyomó részét érinteni fogják.

A Magyarországon leginkább használt desktop böngészőcsalád a Google Chrome, melyen az oldalletöltések több, mint egyharmada történik. A második helyen a Firefox szerepel (26%), míg a harmadik helyet némileg lemaradva az Internet Explorer foglalja el a maga 10%-ával.



Forrás: Gemius, <http://www.rankings.hu>

A mobil böngészőkön – melyeken jellemzően már az elmúlt években sem futott flash tartalom – pedig jelenleg az oldalletöltések kb. egynegyede történik.

Azaz a mobilokat és táblagépeket eddig érintő 25% helyett ösztöl a hazai oldalletöltések közel 90%-ában problémákba ütközhet a flash kreatívok futtatása.

Milyen konkrét problémák fordulhatnak elő?

- Azokban a böngészőkben, ahol nem fut flash tartalom (pl. mobil eszközök jelentős része, Firefox böngészők egy része):**
Amennyiben nincs megfelelő helyettesítő kép vagy gif kreatív feltöltve az adserverbe a flash kreatív mellé, úgy nem jelenik meg hirdetés. Amennyiben a kiszolgálás megtörténik médiaoldalon, úgy a mérest végző kód ennek ellenére lefuthat, azaz a kreatív hiányának ellenére impressiont rögzít az adserver.
- A Chrome böngésző új verziója esetén (2015 szeptembere):**
Az „intelligens szüneteltetés” funkció a banner betöltődését követően fogja leállítani a megjelenést, ezáltal a kreatív kiszolgálásra kerül és ezért nincs lehetőség backup bannerrel történő helyettesítésre. Mivel a leállítás akár az első másodpercben is megtörténhet, ezért előfordulhat, hogy a

felhasználó egyáltalán nem fog találkozni az üzenettel, miközben adserver oldalról kiszolgáltatnak tekintjük a megjelenést. Az „intelligens” megállított Flash tartalmat ugyanakkor egy kattintással el lehet majd indítani, de mivel ehhez felhasználói interakció szükséges, ezért az várható, hogy csak kis arányban fogják újraindítani a megjelenéseket.

Milyen megoldások léteznek a problémára?

- Helyettesítő kép (.jpg, .png vagy .gif) használata minden esetben.
- HTML5 kreatív használata a flash platform helyett. A HTML5 nyelven írt kreatívok képesek minden animáció, videó stb. megjelenítésére, amire a flash képes, sőt további funkciókat is kaphatnak. Ezek a kreatívok egységesen (eszközre szabhatóan) jelennek meg mobil- és asztali eszközökön egyaránt.

Mit javasol az MEC?

Rövid távon arra kérjük Ügyfeleinket és a kreatív ügynökségeket, hogy a kampányokhoz **minden flash kreatívhoz adjanak le helyettesítő képet**, mert csak ebben az esetben biztosított a hirdetés zavartalan futása. (A produktions listákban mindig kihangsúlyozzuk ennek fontosságát, ám előfordul, hogy nem kapunk helyettesítő kreatívokat.)

A későbbiekre vonatkozóan, különösen a szeptembertől futó kampányok esetében **azt kérjük, hogy a kreatívok minden esetben HTML5 vagy kép formátumban készüljenek**, mert az említett változások a flash kreatívok esetében **elvesztett hirdetési megjelenéseket eredményeznek, melyekért a médiatulajdonosok nem tudnak felelősséget vállalni, illetve kompenzációt biztosítani.**

HTML5 kreatívok gyártásában az MEC #Liquid kreatív divíziója áll rendelkezésre, amely már felkészült az ad serverek specifikációinak megfelelő HTML5 kreatívok gyártására.

#Liquid kapcsolat:

Kocsis Tímea
timea.kocsis@mecglobal.com