

# STANDARDY KREACJI DISPLAY 2016 - IAB - DESKTOP

standardy określają kreacje podstawowe i najczęściej spotykane, wspólne u większości wydawców



Desktop

typ kreacji	nazwa formy reklamowej	rozmiar [px]	statyczna / flash		HTML5		rozwijanie	zamykanie	uwagi dodatkowe
			waga [kB]	format pliku	waga [kB]	format pliku	rozmiar [px]		
standard (in-page, formaty płaskie)	Billboard	750x100	40 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	750x300	nd	nd
	Double Billboard	750x200	50 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	750x300	nd	nd
	Wideboard	940x200	60 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	940x300	nd	max szerokość formatu może się różnić w zależności od wydawcy
	Triple Billboard	750x300	60 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	750x400	nd	nd
	Mega Double Billboard	940x300	60 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	940x400	nd	max szerokość formatu może się różnić w zależności od wydawcy
	Rectangle (Boks śródekstowy)	300x250	40 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	nd	nd	nd
	Skyscraper	120x600 lub 160x600	40 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	300x600	nd	nd
	Halfpage (Mega Skyscraper)	300x600	60 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	600x600	nd	nd
layer (formaty na warstwie)	Brandmark	300x300	60 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	nd	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	nd
	Toplayer	dowolny	60 kB	gif/jpg/png/swf	300 kB	html5	nd	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	nd
	xHTML	dowolny	100 kB	gif/jpg/png/swf	300 kB	html5	nd	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	nd
Video in-stream	In-stream - Formy linearne (pre-roll, mid-roll etc.)	Dowolny	2 048 kB	.mp4	nd	nd	nd	nd	zalecenia
	In-stream - Formy nielinearne (overlay etc.)	Dowolny	100 kB	gif/jpg/png/swf	150 kB	html5	nd	nd	statyczne, bez dźwięku

## STANDARDY KREACJI DISPLAY 2016 - IAB - DESKTOP

standardy określają kreacje podstawowe i najczęściej spotykane, wspólne u większości wydawców



Desktop

<b>Dźwięk / Video</b>	Dźwięk wyłącznie po interakcji użytkownika (najechnie przez co najmniej 1 sek. bądź kliknięcie). W każdym przypadku zalecane jest umieszczenie w kreacji odpowiedniego komunikatu typu „Kliknij, żeby zobaczyć więcej”, „Najedź, aby rozwinąć/włączyć dźwięk” itp. Możliwy auto-start materiału video bez dźwięku.
<b>Warstwy przezroczyste layerów</b>	Nie mogą być klikalne. O ile to możliwe powinny pozwalać na kliknięcie w linki znajdujące się pod warstwą przezroczystą. W przeciwnym razie warstwa przezroczysta powinna być zastąpiona półprzezroczystą, widoczną dla użytkownika.
<b>Formaty scrollowane</b>	Bezwzględne zamykanie samoczynne po 15 sek. lub (przed upływem tego czasu) po kliknięciu w przycisk “zamknij X” (statyczny, w prawym górnym rogu). Zamknięcie kreacji powoduje umieszczenie jej z powrotem w początkowym miejscu emisji.
<b>Formaty rozwijane (expandowane)</b>	Rozwijanie: po interakcji użytkownika (najechnie bądź kliknięcie). Dozwolone jest auto-rozwijanie formy reklamowej, pod warunkiem samoczynnego zwinięcia się po 15 sek. Zamykanie/zwijanie: w górnym rogu powinien znajdować się przycisk „ZAMKNIJ” lub „ZWIŃ”. Forma zwinięta kreacji nie może zasłaniać treści strony. Format auto-rozwijany powinien zwinąć się samoczynnie po 15 sek.
<b>Zamykanie kreacji layerowych</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• zamykanie samoczynnie po 15 sek. lub (przed upływem tego czasu) po kliknięciu w przycisk “zamknij X” (statyczny, w prawym górnym rogu). W przypadku interakcji użytkownika z kreacją (np. uruchomienie video) kreacja nie zamyka się samoczynnie (zamknięcie kreacji może nastąpić dopiero po kliknięciu w przycisk "zamknij X").</li><li>• kreacje emitowane na warstwie, zasłaniające treść strony powinny posiadać przycisk “zamknij X”, pisany czcionką o wysokości min. 20 px (całość napisu "ZAMKNIJ X" powinna mieć wymiar 50x20 px. Napis "ZAMKNIJ X" powinien znajdować się na nieprzezroczystym tle, w prawym, górnym rogu kreacji, powinien być dobrze widoczny i działający na całej powierzchni (cały obszar napisu powinien umożliwiać zamknięcie kreacji). Ponadto przycisk „ZAMKNIJ X” powinien być aktywny od momentu wyświetlenia się kreacji na stronie do jej zamknięcia (nie mogą być praktykowane: opóźnienia między pojawieniem się kreacji a aktywacją przycisku);</li><li>• nie może być praktykowane emitowanie form layerowych, które samoczynnie poruszają się po ekranie (np. spływają w dół), co utrudnia lub nawet uniemożliwia precyzyjne kliknięcie w przycisk „zamknij X” i powoduje nieintencjonalne kliknięcia w kreację;</li></ul>
<b>Video In-stream, formy linearne (pre-roll, mid-roll etc.)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• kreacje mogą być uruchamiane automatycznie, z włączonym dźwiękiem;</li><li>• odtwarzacz (player) w momencie rozpoczęcia odtwarzania reklamy powinien znajdować się w obszarze widocznym ekranu</li><li>• bez interakcji użytkownika maksymalnie może być uruchomiony jeden odtwarzacz</li><li>• odtwarzacz (player) powinien być wyposażony w przyciski stop/pause i mute;</li></ul>
<b>Video In-stream, formy nielinearne (overlay etc.)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• kreacje mogą być uruchamiane automatycznie, ale z wyciszonym dźwiękiem; uruchomienie dźwięku może nastąpić tylko po akcji użytkownika (kliknięcie lub najechnie)</li></ul>
<b>VideoAd w formatach reklamy display</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• odtwarzacz (player) obowiązkowo powinien być wyposażony w przyciski stop/pause i mute;</li><li>• filmy w kreacji mogą być uruchamiane automatycznie, ale z wyciszonym dźwiękiem. Uruchamianie dźwięku może nastąpić tylko po akcji użytkownika (najechnie przez co najmniej 1 sek. bądź kliknięcie);</li><li>• waga kreacji inicjującej – zgodna ze standardem dla danego formatu, waga video – 1MB;</li><li>• maksymalna waga spotu video w przypadku streamingu – 2MB, brak limitu wagi w przypadku streamingu dla spotu w kreacji inicjowanej akcją użytkownika;</li></ul>

## ZALECENIA IAB DLA DESKTOP

standardy określają kreacje podstawowe i najczęściej spotykane, wspólne u większości wydawców



Desktop

Zalecenia

<b>Video In-stream, formy linearne (pre-roll, mid-roll etc.)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• maksymalna długość spotu wideo: 30s., brak limitu w przypadku spotów pomijalnych oraz przy contencie właściwym o znacznej długości;</li><li>• poziom głośności -23 LUFS, zgodny z rekomendacją European Broadcasting Union;</li></ul>
<b>Falszywe kreacje</b>	<p>Nie może być praktykowane używanie w reklamach elementów operacyjnych, których funkcja wynikająca z formy, napisu czy konwencji jest niezgodna z ich komunikatem, lub działa w sposób nietypowy. A w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• nie może być praktykowane używanie w reklamach podstawowych przycisków o treści systemowej jak: "Zamknij", "OK.", ikon minimalizowania i zamykania okna, działających inaczej niż wynika to z ich typowej funkcji, niedozwolona jest emisja reklam w formie komunikatów i ostrzeżeń systemowych</li><li>• przyciski zamieszczane na reklamach muszą wykonywać funkcje zgodne z komunikatami prezentowanymi na przyciskach, np. przyciski imitujące funkcje formularza, listy rozwijanej, pola wyboru nie mogą powodować przekierowania na stronę klienta bądź innej akcji niezgodnej z ich standardową funkcją;</li></ul>
<b>Obciążenie procesora</b>	<p>Obciążenie procesora przez kreację reklamową jest uzależnione od wielu czynników. Zalecane jest takie przygotowywanie kreacji, aby obciążenie procesora było możliwie jak najmniejsze. Czynniki zwiększające obciążenie procesora to m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• animacja obiektów wektorowych o skomplikowanym kształcie (duża ilość węzłów);</li><li>• efekty typu „blur”, gradienty, cienie;</li><li>• zbyt duża liczba klatek na sekundę – 18fps jest wystarczająca do optymalnego postrzegania kreacji;</li><li>• zbyt duża ilość animowanych sekwencji pomiędzy warstwami wyświetlana w tym samym czasie;</li><li>• skrypt generujący zdarzenia ustawiony na losowe zdarzenia (np: mgła, deszcz);</li><li>• format animowanych sekwencji zaszytych w kreacji/importowanych (np. jpeg, png, etc.);</li><li>• importowane grafiki skalowane przez długi czas;</li></ul>
<b>Zasady emisji kreacji Rich Media</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Emisja kreacji Rich Media, których waga przekracza standardowe limity wagowe danego formatu reklamowego, jest możliwa na zasadzie polite download. Oznacza to, że kreacja musi zawierać kreację inicjującą, która emitowana jest użytkowi jako pierwsza, i która mieści się w standardowych limitach wagowych. Pozostałe elementy kreacji docierają się później, po wyświetleniu kreacji inicjującej.</li><li>• Waga elementów docierających przez kreację inicjującą automatycznie (bez akcji użytkownika) nie może wynosić więcej niż 300 kB.</li><li>• Jeśli waga dodatkowych elementów przekracza 300 kB, emisja takiej kreacji może się odbywać tylko i wyłącznie po interakcji użytkownika (najechnięcie przez co najmniej 1 sek. bądź kliknięcie). W każdym przypadku zalecane jest umieszczenie w kreacji odpowiedniego komunikatu typu „Kliknij, żeby zobaczyć więcej”, „Najedź, aby rozwinąć” itp.</li></ul>

# STANDARDY KREACJI MOBILE 2016 - IAB - SMARTFON

standardy określają kreacje podstawowe i najczęściej spotykane, wspólne u większości wydawców



Mobile  
Smartfon

typ kreacji	nazwa formy reklamowej	rozmiar [px]	statyczna / flash		HTML5		rozwijanie	zamykanie	uwagi dodatkowe
			waga [kB]	format pliku	waga [kB]	format pliku			
<b>feature phone</b>									
	Banner	300x50/75/100 320x50/75/100	20 kB	gif/jpg/png	50kB	html5	nd	nd	nd
scroll	Banner scrollowany	300x50/75/100 320x50/75/100	20 kB	gif/jpg/png	50kB	html5	nd	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px; Zamknij X odsyła na miejsce banera	zakotwiczony w dolnej części okna przeglądarki
expand	Banner expandowany	300/320x250 lub fullscreen po interakcji (300/320x480)	40 kB	gif/jpg/png	80kB	html5	tylko po Interakcji	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	kreacja inicjująca w standardowym rozmiarze i po interakcji rozwija się do większego rozmiaru
	Rectangle	300x250	40 kB	gif/jpg/png	50kB	html5	nd	nie dotyczy	nd
expand	Rectangle expandowany	fullscreen (300/320x480)	40 kB	gif/jpg/png	80kB	html5	tylko po Interakcji	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	kreacja inicjująca w standardowym rozmiarze i po interakcji rozwija się do większego rozmiaru
	Interstitial	fullscreen (600x740 lub 640x960) skalowane w dół	100 kB	gif/jpg/png	100kB	html5	nd	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	timeout 7 sek, znika w przypadku interakcji

<b>Dźwięk / video</b>	Po wyraźnej interakcji użytkownika
<b>Zamykanie i zwijanie kreacji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>kreacje emitowane na warstwie, zasłaniające treść strony powinny posiadać przycisk "zamknij X", pisany czcionką o wysokości min. 20 px (całość napisu "ZAMKNIJ X" powinna mieć wymiar 50x20 px. Napis "ZAMKNIJ X" powinien znajdować się na nieprzezroczystym tle, w prawym, górnym rogu kreacji, powinien być dobrze widoczny i działający na całej powierzchni (cały obszar napisu powinien umożliwiać zamknięcie kreacji). Ponadto przycisk „ZAMKNIJ X” powinien być aktywny od momentu wyświetlenia się kreacji na stronie do jej zamknięcia (nie mogą być praktykowane: opóźnienia między pojawieniem się kreacji a aktywacją przycisku);</li> <li>nie może być praktykowane emitowanie form layerowych, które samoczynnie poruszają się po ekranie (np. spływają w dół), co utrudnia lub nawet uniemożliwia precyzyjne kliknięcia w przycisk „zamknij X” i powoduje nieintencjonalne kliknięcia w kreację;</li> <li>w przypadku kreacji rozwijanych (rozwijanie tylko po akcji użytkownika) zamykanie może odbywać się samoczynnie po 7 sekundach a w prawym, górnym rogu powinien znajdować się przycisk „ZAMKNIJ” lub „ZWIŃ”. Forma zwinięta kreacji nie może zasłaniać treści strony;</li> </ul>

# STANDARZY KREACJI MOBILE 2016 - IAB - TABLET

standardy określają kreacje podstawowe i najczęściej spotykane, wspólne u większości wydawców



Mobile  
Tablet

typ kreacji	nazwa formy reklamowej	rozmiar [px]	statyczna / flash		HTML5		rozwijanie	zamykanie	uwagi dodatkowe
			waga [kB]	format pliku	waga [kB]	format pliku			
<b>feature phone</b>									
	Billboard	750x100	40 kB	gif/jpg/png	150kB	html5	tylko po interakcji	nd	nd
	Double Billboard	750x200	50 kB	gif/jpg/png	150kB	html5	tylko po interakcji	nd	nd
	Rectangle	300x250	40 kB	gif/jpg/png	150kB	html5	tylko po interakcji	nd	nd
expand	Billboard / Double Billboard / Rectangle / Skyscraper	fullscreen (600x740 lub 640x960) skalowane w dół	60 kB	gif/jpg/png	150kB	html5	tylko po interakcji	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	nd
	Banner skalowany	750x100/200	40kb	gif/jpg/png	150kB	html5	nd	nd	nd
	Full Screen (iPad) - Pion / Poziom	768x1024 / 1024x768	100 kB	gif/jpg/png	300kB	html5	nd	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	Dla elektronicznych wydań magazynów na iPada wymagana jest zarówno wersja pozioma (2048x1536) jak też pionowa (1536x2048), rozdzielczość min. 264 dpi, waga do 2MB
	Full Screen (Android) - Pion / poziom	800x1280 / 1280x800	200 kB	gif/jpg/png	300kB	html5	nd	Napis zamknij i krzyżyk w prawym górnym rogu wielkość 50x20 px	Dla elektronicznych wydań magazynów na Androida wymagana jest zarówno wersja pozioma (1600x2560) jak też pionowa (2560x1600), rozdzielczość min. 264 dpi, waga do 2MB

<b>Kreacje display emitowane na tabletach</b>	Formaty reklamowe emitowane na tabletach powinny być zgodne z dokumentem "Standardy kreacji IAB" dla reklamy display. Szczegółowa specyfikacja jest uzależniona od wybranej formy reklamowej, ale nie może zawierać technologii flash.
<b>Dźwięk / video</b>	Po wyraźnej interakcji użytkownika
<b>Zamykanie i zwijanie kreacji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>kreacje emitowane na warstwie, zasłaniające treść strony powinny posiadać przycisk "zamknij X", pisany czcionką o wysokości min. 20 px (całość napisu "ZAMKNIJ X" powinna mieć wymiar 50x20 px. Napis "ZAMKNIJ X" powinien znajdować się na nieprzezroczystym tle, w prawym, górnym rogu kreacji, powinien być dobrze widoczny i działający na całej powierzchni (cały obszar napisu powinien umożliwiać zamknięcie kreacji). Ponadto przycisk „ZAMKNIJ X” powinien być aktywny od momentu wyświetlenia się kreacji na stronie do jej zamknięcia (nie mogą być praktykowane: opóźnienia między pojawieniem się kreacji a aktywacją przycisku);</li> <li>nie może być praktykowane emitowanie form layerowych, które samoczynnie poruszają się po ekranie (np. spływają w dół), co utrudnia lub nawet uniemożliwia precyzyjne kliknięcie w przycisk „zamknij X” i powoduje nieintencjonalne kliknięcia w kreację;</li> <li>w przypadku kreacji rozwijanych (rozwijanie tylko po akcji użytkownika) zamykanie może odbywać się samoczynnie po 7 sekundach a w prawym, górnym rogu powinien znajdować się przycisk „ZAMKNIJ” lub „ZWIŃ”. Forma zwinięta kreacji nie może zasłaniać treści strony;</li> </ul>

## ZALECENIA IAB DLA MOBILE

standardy określają kreacje podstawowe i najczęściej spotykane, wspólne u większości wydawców



Mobile

Zalecenia

<b>Ogólne zalecenia</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kreacje nie powinny zawierać elementów flash</li><li>• Każda kreacja reklamowa powinna przekierowywać do kreacji lub strony internetowej zoptymalizowanej pod urządzenia mobilne</li><li>• Kreacje reklamowe powinny być optymalizowane pod urządzenia mobilne i powinny uwzględniać rozdzielczość ekranu, na którym będą wyświetlane</li></ul>
<b>Fałszywe kreacje</b>	<p>Nie może być praktykowane używanie w reklamach elementów operacyjnych, których funkcja wynikająca z formy, napisu czy konwencji jest niezgodna z ich komunikatem, lub działa w sposób nietypowy. A w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• nie może być praktykowane używanie w reklamach podstawowych przycisków o treści systemowej jak: "Zamknij", "OK.", ikon minimalizowania i zamykania okna, działających inaczej niż wynika to z ich typowej funkcji, niedozwolona jest emisja reklam w formie komunikatów i ostrzeżeń systemowych</li><li>• przyciski zamieszczane na reklamach muszą wykonywać funkcje zgodne z komunikatami prezentowanymi na przyciskach, np. przyciski imitujące funkcje formularza, listy rozwijanej, pola wyboru nie mogą powodować przekierowania na stronę klienta bądź innej akcji niezgodnej z ich standardową funkcją;</li></ul>
<b>VideoAd w formatach reklamy display</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• odtwarzacz (player) obowiązkowo powinien być wyposażony w przyciski stop i mute;</li><li>• uruchamianie dźwięku i video może nastąpić tylko po akcji użytkownika;</li><li>• waga kreacji inicjującej – zgodna ze standardem dla danego formatu;</li></ul>
<b>Obciążenie procesora</b>	<p>Obciążenie procesora przez kreację reklamową jest uzależnione od wielu czynników. Zalecane jest takie przygotowywanie kreacji, aby obciążenie procesora było możliwie jak najmniejsze. Czynniki zwiększające obciążenie procesora to m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• animacja obiektów wektorowych o skomplikowanym kształcie (duża ilość węzłów);</li><li>• efekty typu „blur”, gradienty, cienie;</li><li>• zbyt duża liczba klatek na sekundę – 18fps jest wystarczająca do optymalnego postrzegania kreacji;</li><li>• zbyt duża ilość animowanych sekwencji pomiędzy warstwami wyświetlana w tym samym czasie;</li><li>• skrypt generujący zdarzenia ustawiony na losowe zdarzenia (np. mgła, deszcz);</li><li>• format animowanych sekwencji zaszytych w kreacji/importowanych (np. jpeg, png, etc.);</li><li>• importowane grafiki skalowane przez długi czas;</li></ul>