

1. Wszelkie reklamy i praktyki niespełniające obecnego standardu IAB dla reklam display, np. spotykane na serwisach, na których można znaleźć nielegalne treści, przykłady:

- autoplay w reklamach wideo/audio bez możliwości wstrzymania, zamknięcia reklamy
- format reklamowy wyświetlany na innym formacie (rectangle na skyscraperze, screeningu etc.)
- emitowanie formatów display jako pre/mid/post roll z wymuszeniem kliknięcia, aby obejrzeć materiał
- floor ad bez opcji "zwiń"
- przekierowania do stron "klientów" podpięte pod nazwy filmów - fake clicki
- wszelkie formaty na warstwie, których nie można zamknąć (brak krzyżyka, krzyżyk uciekający lub wyświetlany poza obszarem widocznym, ew. wymuszenie interakcji użytkownika)
- przezroczyste warstwy klikalne nachodzące na treści lub na marginesy strony
- formaty display z dźwiękiem uruchamianym automatycznie

2. Wszelkie formaty display zasłaniające treści strony

Formaty przyczyniające się do zjawiska adblockingu poprzez utrudnianie korzystania z treści, po które użytkownik przychodzi na daną stronę. Mogą to być zarówno formaty spełniające standardy IAB jak i niespełniające tych standardów.

Dla części z tych formatów jako minimum działań zapobiegawczych rekomendujemy nakładanie ograniczeń na liczbę emisji:

- 1) **po stronie Reklamodawcy:** nakładanie cappingu na użytkownika
- 2) **po stronie Wydawcy:** ograniczanie ilości emisji intruzywnych formatów na jednej odsłonie serwisu

Stosowanie pozostałych formatów jest nierekomendowane niezależnie od ewentualnych ograniczeń w zakresie liczby emisji.

Zalecenia dot. ograniczeń na liczbę emisji zawiera tabela nr 1

3. Reklamy wideo odtwarzające się automatycznie z włączonym dźwiękiem

- reklamy In-text video (z domyślnie włączonym dźwiękiem)
- reklamy video in-stream uruchomione z dźwiękiem poza obszarem widocznym przeglądarki

4. Inne praktyki utrudniające korzystanie z treści strony i uciążliwe dla odbiorców

- duże obciążenie procesora przez kreację reklamową
- zbyt duży stosunek wagi kreacji reklamowych do wagi strony - powodujący istotne spowolnienie ładowania się treści strony
- nadmierny lub nietrafiony retargeting, np. zbyt duża częstotliwość wyświetlania reklam retargetowanych lub wyświetlanie reklam danego towaru pomimo faktu dokonania zakupu tego towaru

Tabela nr 1

Zalecenia dot. ograniczeń na liczbę emisji:

Typ formatu	Nazwa formatu	Rekomendowany capping	Ilość emisji na jednej odsłonie serwisu
		ograniczenie nakładane przez Reklamodawcę	ograniczenie nakładane przez Wydawcę
Formaty layerowe (na warstwie)	XHTML	1/dzień	1
	Toplayer/Fullscreen Toplayer	1/dzień	1
	Brandmark	1/dzień	1
	Floor ad	1/dzień	1
	Scroller	1/dzień	1
	Fly-footer	1/dzień	1
	Comet cursor	nd	nd
Formaty płaskie	Scrollowane bannery poziome	nd	nd
	Formaty płaskie automatycznie expandowane, które po rozwinięciu zasłaniają treści	nd	nd
	Formaty płaskie expandowane po najechaniu kursorem bez wyraźnego komunikatu call-to-action wyjaśniającego odbiorcom sposób działania reklamy („najeźdź i zobacz więcej” itp.)	1/dzień	1