

STANDARDY KREACJI DISPLAY 2025 - IAB Polska

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

Typ kreacji	Nazwa formy reklamowej	Rozmiar	Format	Max. waga kreacji		Możliwość VideoAd	Miejsce emisji	Uwagi dodatkowe
				jpg / png / gif	html5			
Standard	Banner	300x50/75/100 px 320x50/75/100 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	nie	mobile	
	Billboard	750x100 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	nie	desktop	
	Double Billboard	750x200 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	tak	desktop	
	Triple Billboard	750x300 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	tak	desktop	
	Wideboard	950x200 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	tak	desktop	Wysokość i szerokość formatu może się różnić w zależności od wydawcy.
	Double Wideboard	950x300 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	tak	desktop	Wysokość i szerokość formatu może się różnić w zależności od wydawcy.
	Rectangle	300x250 px / 336x280 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	tak	desktop/mobile	
	Halfpage	300x600 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	tak	desktop/mobile	
	Skyscraper	120x600 px / 160x600 px	jpg / png / gif / html5	80 kB	150 kB	nie	desktop	
Screening	Screening	kreacja (np. Double Billboard + tapeta 1920 x 1080 px)	jpg / png / gif / html5	500 kB		tak	desktop	Waga dotyczy łącznie kreacji (banerowej) + tapety. Możliwa jest interaktywna forma screeningu wzbogacona o dodatkowe funkcje różne w zależności od wydawcy. Waga dotyczy łącznie kreacji standard (banerowej) + tapety. Dodatkowa waga video - max 3MB.
Layer	Commercial Break / Interstitial	100%x100%	jpg / png / gif / html5	300 kB		tak	desktop/mobile	Pełnoekranowa reklama, z wielkością dostosowaną do ekranu użytkownika.
	Welcome Screen	100%x100%	jpg / png / gif / html5	300 kB		tak	desktop	Pełnoekranowa reklama emitowana przy pierwszej odsłonie, z wielkością dostosowaną do ekranu użytkownika.



STANDARDY KREACJI DISPLAY 2025 - IAB Polska	
Standardy określają kreacje podstawowe i najczęściej spotykane, wspólne u większości wydawców	
Zamykanie kreacji layerowych	<p>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)</p> <p>W przypadku reklam typu Welcome Screen/Prestitial 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"). Konieczne jest wyraźne umieszczenie odliczania, które wskazuje na czas pozostały do samoczynnego zamknięcia się kreacji</p> <p>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.</p>
Screeningi	<p>Screening to reklama składająca się z dwóch kreacji : poziomej np. Double Billboarda oraz tapety (tła). Kreacja powinna zawierać dwa pliki: Plik jpg / png lub kreację html5, zgodne ze specyfikacją odpowiedniej formy reklamowej (Double Billboard, Wideboard) oraz plik tapety w formacie jpg / png, który będzie wyświetlany w tle serwisu.</p> <p>Łączna waga materiałów nie powinna przekraczać 500 kB.</p> <p>Obie kreacje (Double Billboard i tapeta) powinny łączyć się ze sobą stanowiąc spójną całość (najlepiej, aby plik górnego slotu nie zawierał tła (był półprzezroczysty w formacie png). Tapeta musi być w innym kolorze niż tło serwisu.</p>
VideoAd w formatach reklamy display	<p>Odtwarzacz (player) obowiązkowo powinien być wyposażony w przyciski stop/pause i mute oraz być niezależny od warstwy klikalnej;</p> <p>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);</p> <p>Waga kreacji inicjującej – zgodna ze standardem dla danego formatu, waga video – 3MB;</p> <p>Brak limitu wagi w przypadku spotu embedowanego;</p>
Formaty rozwijane (expandowane)	<p>Rozwijanie: po interakcji użytkownika (najechnie bądź kliknięcie).</p> <p>Dozwolone jest auto-rozwijanie formy reklamowej, pod warunkiem samoczynnego zwinięcia się po 15 sek.</p> <p>Zamykanie/zwijanie: w górnym rogu powinien znajdować się przycisk „ZAMKNIJ” lub „ZWIŃ”.</p> <p>Forma zwinięta kreacji nie może zasłaniać treści strony.</p>
Zasady emisji kreacji Rich Media	<p>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 użytkownikowi jako pierwsza, i która mieści się w standardowych limitach wagowych. Pozostałe elementy kreacji docierają się później, po wyświetleniu kreacji inicjującej.</p> <p>Waga elementów docierających przez kreację inicjującą automatycznie (bez akcji użytkownika) nie może wynosić więcej niż 300 kB.</p> <p>Jeśli waga dodatkowych elementów przekracza 300 kB, emisja takiej kreacji może się odbywać tylko i wyłącznie po interakcji użytkownika (najechnie przez co najmniej 1 sek. bądź kliknięcie).</p> <p>W każdym przypadku zalecane jest umieszczenie w kreacji odpowiedniego komunikatu typu „Kliknij, żeby zobaczyć więcej”, „Najedź, aby rozwinąć” itp.</p>



ZALECENIA IAB Polska 2025	
standardy określają kreacje podstawowe i najczęściej spotykane, wspólne u większości wydawców	
Ogólne wymagania dotyczące reklam	<p>Zgodność z prawem: Reklamy muszą być zgodne z obowiązującymi przepisami prawnymi.</p> <p>Jasność: Reklamy powinny być jasne, zrozumiałe i nie wprowadzać w błąd.</p> <p>Czytelność: Wszelkie elementy umieszczone na kreacji powinny być czytelne i dobrze widoczne dla użytkownika</p> <p>Odpowiedzialność: Reklamodawcy są odpowiedzialni za treść swoich reklam.</p> <p>Bezpieczeństwo: Reklamy nie mogą zawierać treści szkodliwych lub niebezpiecznych</p>
Przestrzeń reklamowa	<p>Zawartość jednostki reklamowej musi być wyraźnie odróżnialna od treści wydawcy lub nieodpłatnej treści na stronie.</p> <p>Jednostka reklamowa musi mieć wyraźnie określone granice, aby nie była mylona z normalną treścią strony oraz być jasno oznaczona słowem "REKLAMA".</p>
Obciążenie procesora	<p>Kreacja nie może powodować występowania błędów lub ostrzeżeń podczas serwowania.</p> <p>Kreacja powinna działać płynnie, nie może zakłócać działania strony na której jest wyświetlana i powodować na niej błędów.</p> <p>Zalecane jest takie przygotowywanie kreacji, aby obciążenie procesora było możliwie jak najmniejsze. Reklama nie powinna obciążać procesora komputera w więcej niż 30%.</p>
Kody emisyjne	<p>Kreacje mogą być dostarczone w postaci kodów emisyjnych np. JavaScript.</p> <p>Nie mogą one zawierać elementów synchronicznych, a w szczególności, niedozwolone jest użycie instrukcji <code>document.write()</code>.</p>
Dźwięk / Video	<p>Dźwięk wyłącznie po interakcji użytkownika (najechnie przez co najmniej 1 sek. bądź kliknięcie).</p> <p>W każdym przypadku zalecane jest umieszczenie w kreacji odpowiedniego komunikatu typu „Kliknij, żeby zobaczyć więcej”, „Najedź, aby rozwinąć/włączyć dźwięk” itp.</p> <p>Możliwy auto-start materiału video bez dźwięku</p>
Waga kreacji	<p>Sugerowana waga dotyczy sumy elementów materiałów gotowych do emisji (suma wagi plików po wypakowaniu z archiwum zip/rar)</p> <p>Aby obliczyć maksymalną wagę pliku reklamy muszą być uwzględnione wszystkie pliki reklamy, w tym biblioteki współdzielone.</p>