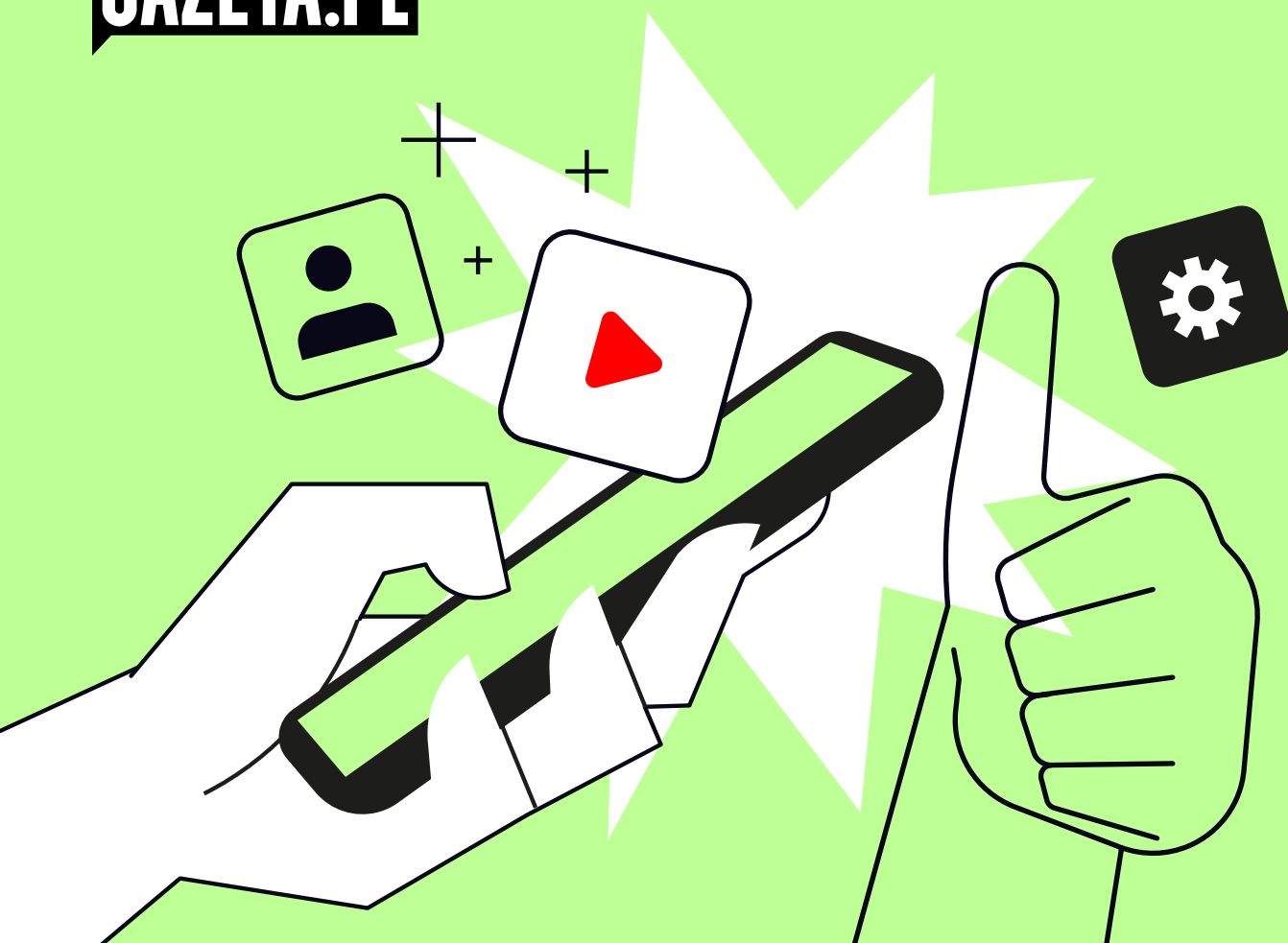


GAZETA.PL



SPECYFIKACJA TECHNICZNA PRODUKTÓW

CONTENT MARKETINGOWYCH

SPIS TREŚCI

1. Produkty	3-34
NATIVE STORY: STANDARD, FOODIES, VISUAL, ROZMOWA NATYWNA	3-4
NATIVE STORY INTERACTIVE	5-10
ARTYKUŁ SPONSOROWANY	11
WEEKEND PREMIUM	12-13
NATIVE ONE DAY SPECIAL	14-15
NATIVE TOP TEMAT	16-17
BRAND ZONE	18-19
NATIVE HUB	20
RAPORT NATYWNY	21-22
DATA STORY	23
Q&A	24
GIFT STORY	25-26
STORYTELLING	27
STORYTELLING PREMIUM	28
QUIZ NATYWNY/ PSYCHOTEST	29
TEST NATYWNY	30
NATYWNY TEST KONSUMENCKI	30
NATYWNY KONKURS SOCIAL MEDIA	31
SWIPE STORY	32
SPONSORING PUBLIKACJI REDAKCYJNEJ/ CYKLU PUBLIKACJI	33
BRANDING DZIAŁU	34
2. Dobre praktyki reklamowe w Gazeta.pl	35
3. Wskazówki tworzenia przyjaznych kreacji	36
4. Wymagania ogólne dla reklam typu html5	37

NATIVE STORY: STANDARD, FOODIES, VISUAL, ROZMOWA NATYWNA

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Brief i materiały merytoryczne** niezbędne do przygotowania tekstu. W przypadku Rozmowy Natywnej dodatkowo informacje dotyczące tematyki rozmowy i eksperta (w tym dane kontaktowe do eksperta umożliwiające przeprowadzenie wywiadu mailowo, telefonicznie, online lub face-to-face).
- **Zdjęcia:**
 - **Native Story Standard/Rozmowa Nativna:** do 5 zdjęć w formacie jpg/png, o minimalnym rozmiarze 1500x2000px. Zdjęcia podlegają akceptacji zespołu kreatywnego.
 - **Native Story Foodies:** zdjęcia w minimalnym rozmiarze 1920x1420px, liczba ustalana indywidualnie
 - **Native Story Visual:** do 10 zdjęć w formacie jpg/png, o minimalnym rozmiarze 620x620px.
- **Linki:** maksymalnie do 5 linków nofollow do umieszczenia w tekście. Dodatkowe linki (maksymalnie 3) są możliwe za dopłatą.
- **Wizerunek eksperta/ambasadora:** klient dostarcza pisemne potwierdzenie prawa do wykorzystania wizerunku danej osoby w materiałach reklamowych.

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU):

Native Story (Standard, Visual, Rozmowa natiwna):

- Branding artykułu natiwnego:
 - Desktop: Contentboard 750x300, gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - Mobile: Rectangle Mobi 300x250, gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje (desktop + mobile), aby zagwarantować wyłączność reklamową.

Native Story Foodies:

- Branding artykułu natiwnego:
 - Desktop: Banner reklamowy content 1170x300, gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - Mobile: Rectangle mobi 300x250, gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB

WIZUALIZACJE POGLĄDOWE

Wizualizacje poglądowe:

NATIVE STORY STANDARD

Desktop:

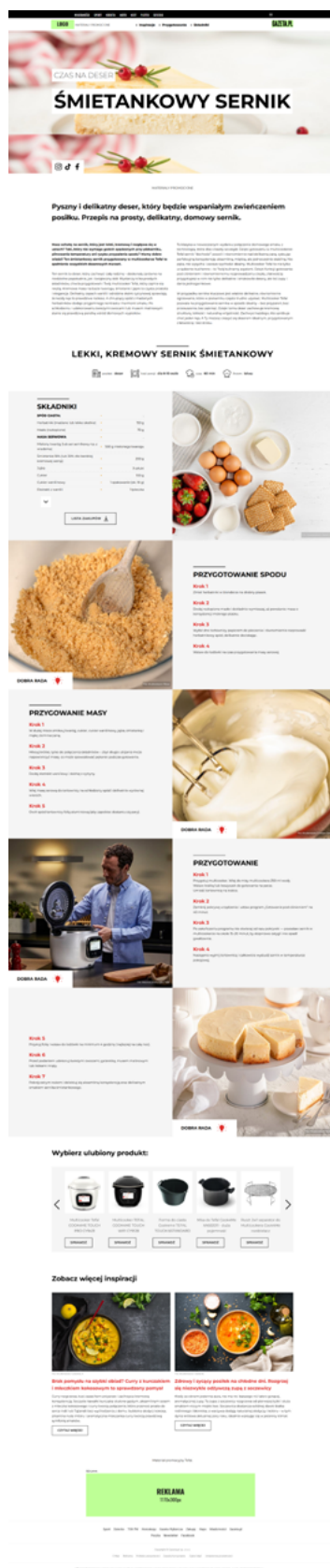


Mobile:



NATIVE STORY FOODIES

Desktop:



Mobile:



NATIVE STORY VISUAL

Desktop:



Mobile:



NATIVE STORY INTERACTIVE

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Brief i materiały merytoryczne** niezbędne do napisania tekstu
- **Materiały do interaktywności:** należy dostarczyć wszystkie materiały graficzne i tekstowe zgodnie ze specyfikacją wybranej interakcji (do wyboru dwie z listy poniżej)
- **Specyfikacja zdjęć:** format jpg/png, waga do 350KB. Ich wielkość zależy od wybranej interakcji
- **Zdjęcia do treści artykułu (poza interakcjami):** min. rozmiar 940x620px

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

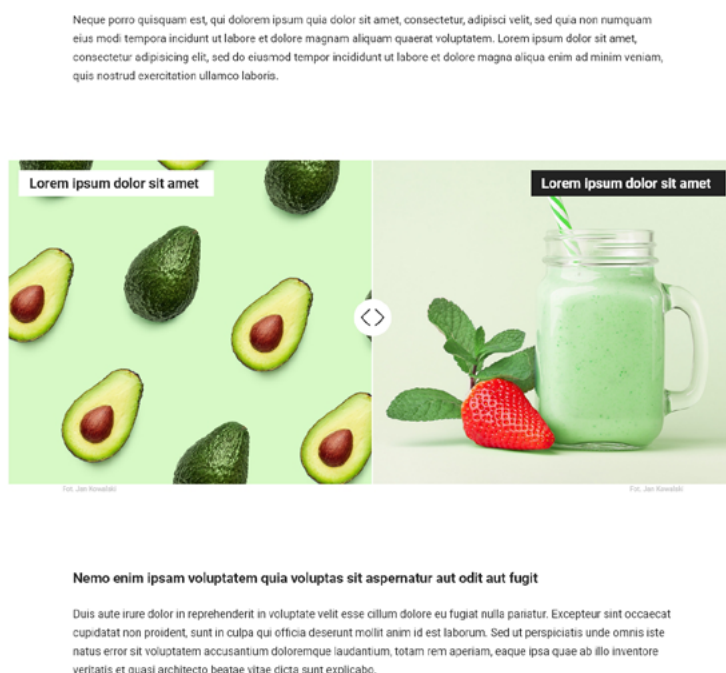
- **Branding artykułu:**
 - **Logotyp** na transparentnym tle
 - **Desktop:** 1170x300, gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Mobile:** Rectangle Mobi 300x250, gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje (desktop + mobile).

LISTA INTERAKTYWNOŚCI DO WYBORU:

ZIPPER

Specyfikacja

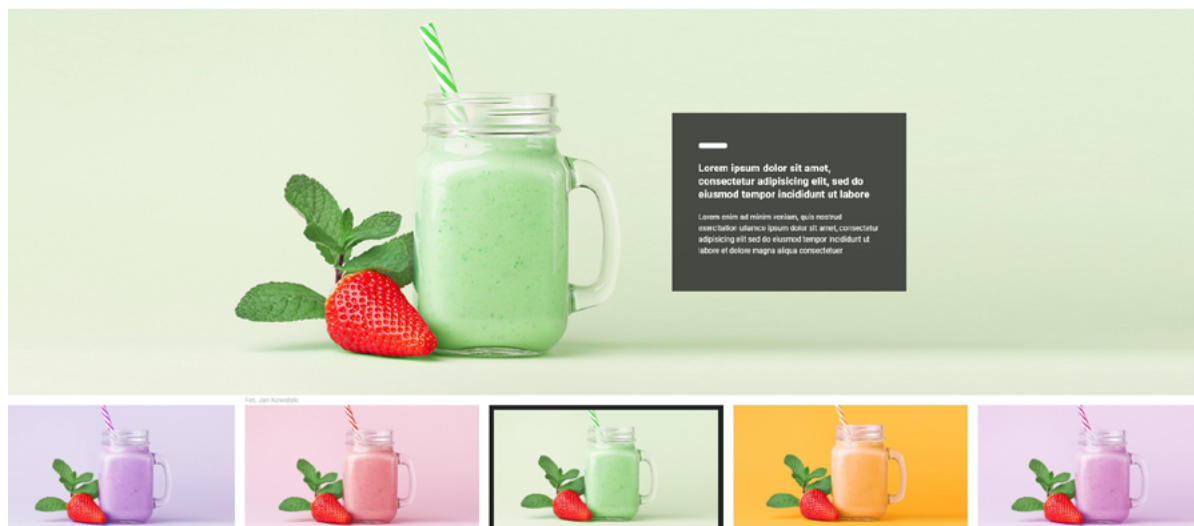
- Zdjęcia: szerokość 1170px, wysokość 520px
- Format: jpg/png
- Waga: do 350KB
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami 50



VIEWBOOK

Specyfikacja

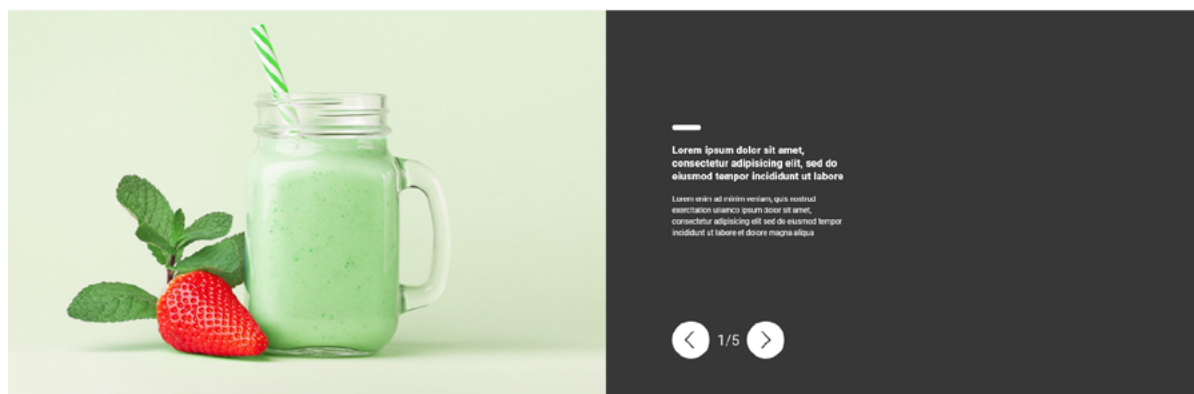
- Zdjęcia: min. szerokość: 1920px, wysokość: 720px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami: 320
- Max. liczba slajdów: 10



STORYBOOK

Specyfikacja

- Zdjęcia: min. szerokość: 950px, wysokość: 800 px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami: 420
- Max. liczba slajdów: 10

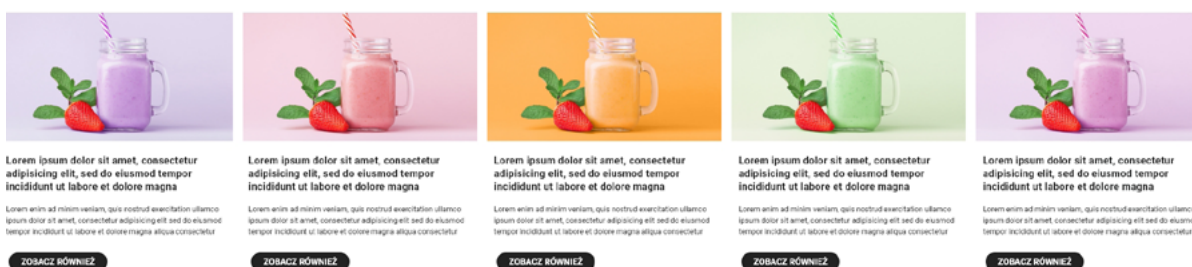


SLIDER SHOWCASE

Specyfikacja

- Zdjęcia: min. szerokość: 1920px, wysokość: 720px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami: 300
- Tekst w CTA: max liczba znaków ze spacjami: 14
- Max. liczba slajdów: 10

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.



Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit

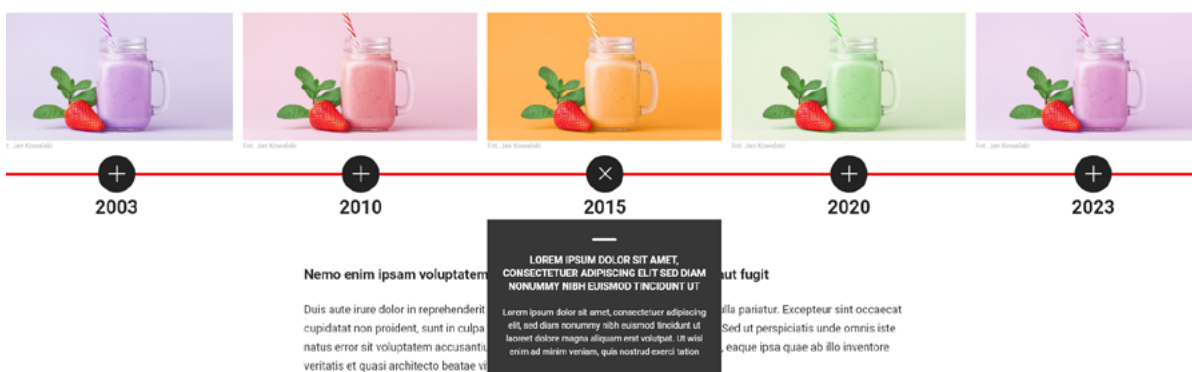
Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

TIMELINE

Specyfikacja

- Zdjęcia: min. szerokość: 1920px, wysokość: 720px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami: 300
- Max. liczba zdjęć: 10

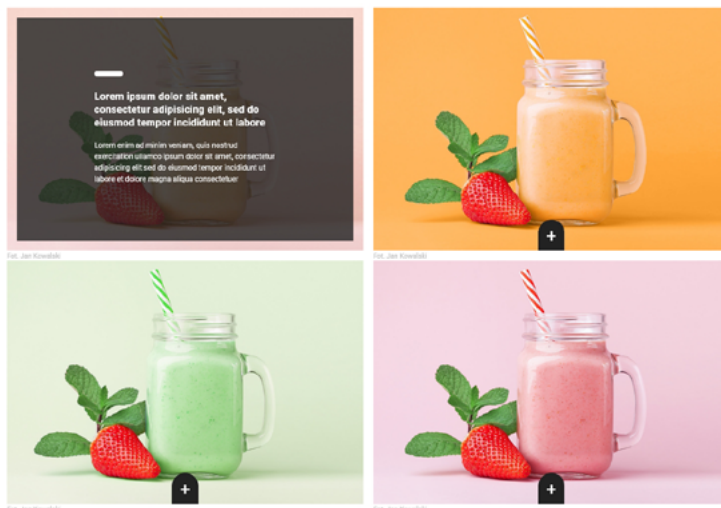
Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.



HOOVER GALLERIES

Specyfikacja

- Zdjęcia: min. szerokość: 1170px, wysokość: 720px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Tytuł: max liczba znaków ze spacjami: 120
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami: 400
- Max. liczba zdjęć: 4



ZOOM GALLERIES

Specyfikacja

- Zdjęcia: min. szerokość: 1920px, wysokość: 1280px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Max. liczba zdjęć: 4

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.



Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam

VIDEO

Specyfikacja

- Gotowy materiał do zaimplementowania na stronie (możliwość wstawienia embeda z YT).
Powinien mieć wmontowany opis „Materiał promocyjny” widoczny w czasie emisji całego wideo.

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.



Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

SHOWCASE STORY

Specyfikacja

- Zdjęcia: min. szerokość: 1920px, wysokość: 720px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami: 300
- Tekst w CTA: max liczba znaków ze spacjami: 14
- Max. liczba slajdów: 5

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.



—
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna

—
Lorem enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua consectetur adipiscing

ZOBACZ RÓWNIEŻ



Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

AKORDEON

Specyfikacja

- Zdjęcia: min. szerokość: 1920px, wysokość: 720px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami: 120
- Stała liczba zdjęć: 5

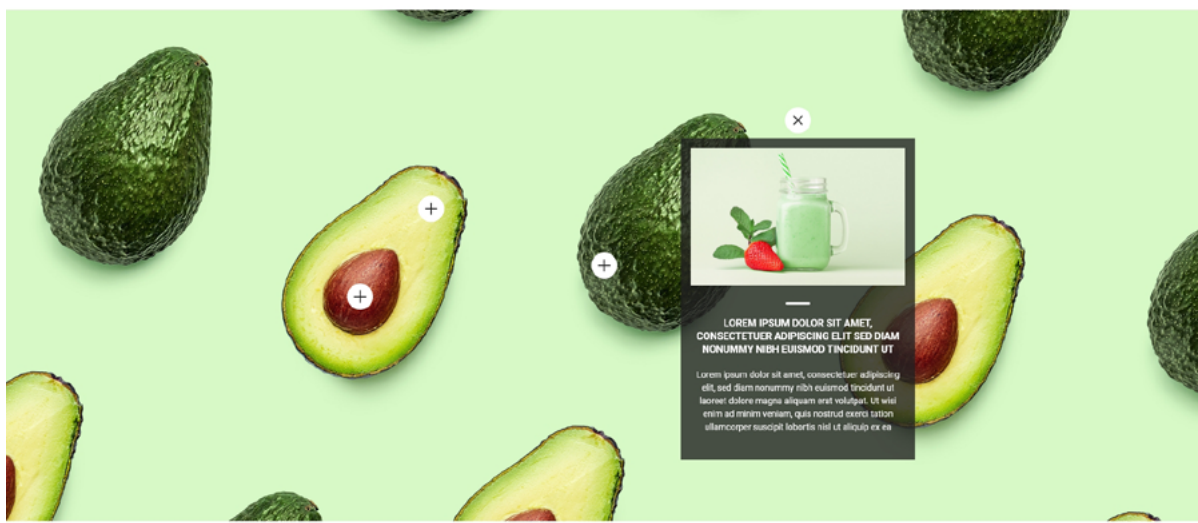


PIN & FOTO

Specyfikacja

- Zdjęcie w tle: min. szerokość: 1920px, wysokość: 720px
- Zdjęcia w pinach: min. szerokość: 400px, wysokość: 300px
- Format: jpg lub png
- Waga: do 350kb
- Tekst: max liczba znaków ze spacjami: 300
- Max. liczba pinów: 5

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.



Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit

Duis aute iure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

ARTYKUŁ SPONSOROWANY

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- Gotowy artykuł:** objętość tekstu nie więcej niż 10 000 znaków (ze spacjami), z zaznaczonym tytułem i leadem. Plik .doc
- Grafiki:** maks. do 15 szt., jpg, png, gif, rozdzielczość 72 dpi, waga pojedynczej grafiki do 350KB, szerokość 1500-3000 px (grafika główna powinna mieć 1500x840 px).
- Klient** dostarcza odpowiedni opis grafik użytych w artykule (źródło, autor grafiki)
- Linki:** maksymalnie 5 linków tekstowych do stron zewnętrznych (linkowanie ze zdjęć jest niemożliwe).
- Wideo (opcjonalnie):** link do jednego materiału wideo z YouTube do osadzenia.
- Kreacja bannerowa (opcjonalnie):** możliwość publikacji w artykule formatu reklamowego mainbox oraz footboard-mobi.
- Oznaczenie:** na końcu tekstu Klient umieszcza zapis "Reklama marki XYZ", gdzie XYZ odpowiada nazwie marki promowanej w tekście.
- Badania naukowe/ konsumenckie/ rynkowe:** jeśli materiały odwołują się do badań, Klient dostarcza ich opis umożliwiający użytkownikom zapoznanie się z wynikami i weryfikację podanych informacji (źródło danych, kto i na czyje zlecenie wykonał/przeprowadził badanie, termin realizacji badania, liczebność grupy, metodologia, odesłanie do linku źródłowego). Klient potwierdza, że ma prawo posługiwać się użytymi w przekazanych materiałach (w tym tekst, zdjęcia, grafiki) informacjami, danymi, znakami towarowymi, nazwami, markami, nazwiskami osób fizycznych oraz pozostałymi elementami chronionymi prawem, a przekazane materiały nie naruszają prawa, ani praw lub interesów osób trzecich.

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- Opcjonalny branding artykułu sponsorowanego:**
 - Desktop:** Mainbox jeden wybrany rozmiar: 300x250, 300x600, 120x600, 160x600, gif/jpg/png/html5, waga:150KB
 - Mobile:** Footboard Mobi jeden wybrany rozmiar: 300x250, 600x300 (skalowalne do 300x150), gif/jpg/png/html5, waga:150KB

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



Mobile:



WEEKEND PREMIUM

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Brief i materiały** do przygotowania artykułu.
- **Logotyp:** Na transparentnym tle w formacie eps do przygotowania "metki" reklamowej.
- **Kreacje do brandingu:** zgodnie ze specyfikacją (logo, contentboard, halfpage, rectangle-mobi, tło dla obszaru Weekend na HP Gazeta.pl).

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

Branding obszaru Weekend na HP Gazeta.pl

- **Desktop:**
 - logo 175x70 (logotyp na transparentnym tle w krzywych eps),
 - tło (branding obszaru Weekend): kreacja 1920x1045 (w celu zmniejszenia wagi należy umieścić na środku białe pole o wymiarach 1300x785), jpg, waga 150KB*
- **Mobile:**
 - logo 100x40 (logotyp na transparentnym tle w krzywych eps),
 - tło: dwa banery o wymiarach 720x224 (skalowany do 360x112) i jeden 720x96 (skalowany do 360x48)*

Branding SG Weekend.Gazeta.pl oraz strony artykułowej

- **Desktop:**
 - logo 150x60 (logotyp na transparentnym tle w krzywych eps),
 - contentboard w artykule 750x200 lub 750x300 + obligatoryjna kreacja zastępcza 600x300, contentboard na stronie głównej Weekend.Gazeta.pl 1170x300. Rekomendowany format statyczny. Obligatoryjnie kreacja statyczna w rozmiarze 750x200 px, do emisji na adblock. Format gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB
 - halfpage 300x600, format gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB
- **Mobile:**
 - logo 100x40, (logotyp na transparentnym tle w krzywych eps),
 - rectangle-mobi 300x250, format gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB

* Napis REKLAMA Klient nanosi na przygotowywaną przez siebie kreację. Na środku widocznego obszaru kreacji (10px wysokości od górnej krawędzi), należy umieścić zauważalny i wyraźny napis REKLAMA. Rekomendowana czcionka Arial w rozmiarze 10px (normal) i kolorze odróżniającym się od tła kreacji. W wersji mobile oznaczenie REKLAMA należy nanieść na wszystkie trzy banery.

Wizualizacja brandingu na stronie artykułowej

Desktop:



Mobile:



WIZUALIZACJE POZOSTAŁE

Wizualizacja brandingu na HP Gazeta.pl*

Desktop:

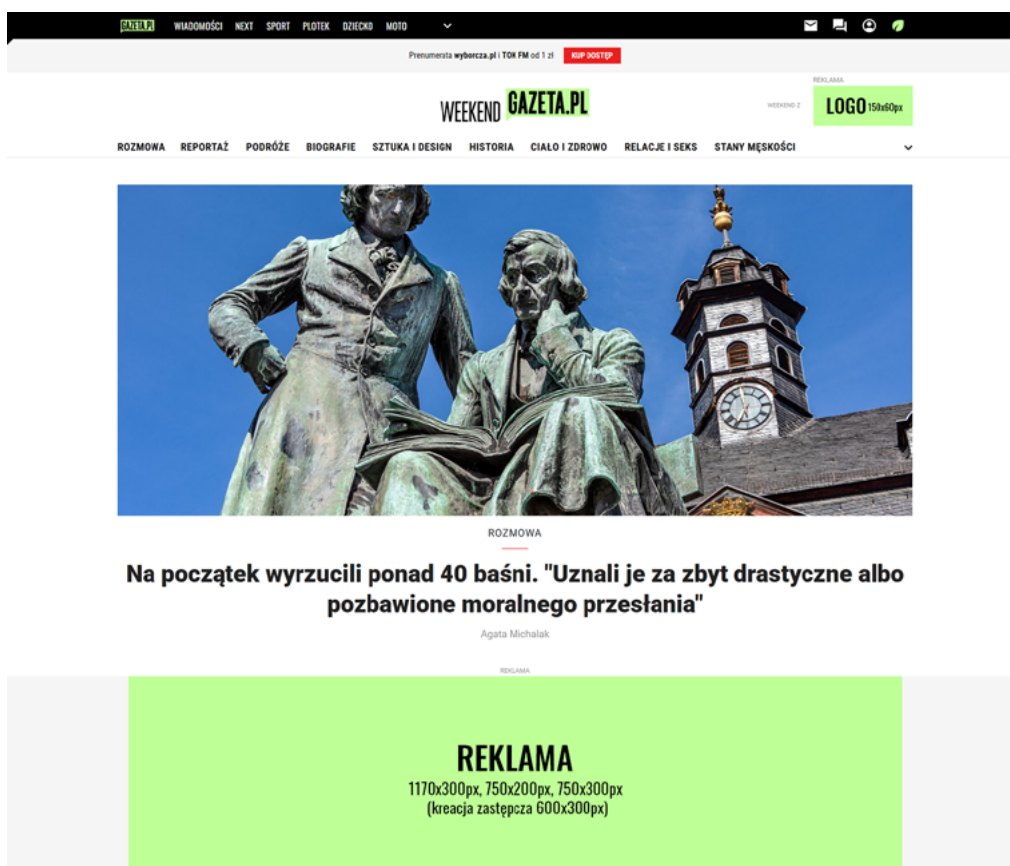


Mobile:



Wizualizacja brandingu na SG Weekend.Gazeta.pl

Desktop:



Mobile:



NATIVE ONE DAY SPECIAL

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

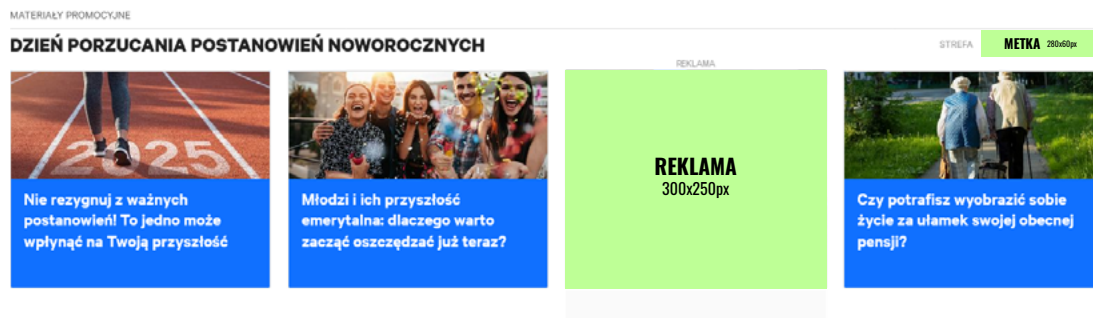
- **Brief i materiały** do 3 artykułów natywnych
- **Logotyp:** w formacie eps do przygotowania "metki".
- **Kreacje do branding:** zgodnie ze specyfikacją

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding obszaru na HP Gazeta.pl**
 - Metka 280x60 skalowane do 140x30, gif / jpg / png (statyczny), prosimy o dostarczenie logotypu na transparentnym tle w krzywych eps, waga 15KB
 - Banner klienta 300x250 oraz 600x120 skalowane do 300x60, gif / jpg / png (statyczny), waga 60KB
- **Branding obszaru na SG Special.Gazeta.pl:**
 - Metka: 150x60 (desktop), 125x50 (mobile), na transparentnym tle w krzywych eps, waga 15KB
- **Branding artykułów natywnych:**
 - Metka: desktop 150x60, mobile 125x50, na transparentnym tle w krzywych eps
 - Contentboard 750x300, gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB
 - Belka dolna zamykająca 940x300, gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB
 - Rectangle mobi 300x250, gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB

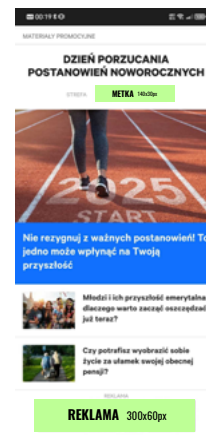
Wizualizacja branding na HP Gazeta.pl

Desktop:



REKLAMA

Mobile:



Wizualizacja branding na Special.Gazeta.pl

Desktop:



Mobile:



WIZUALIZACJE POZOSTAŁE

Wizualizacja brandingu na stronie artykułowej

Desktop:



Mobile:



NATIVE TOP TEMAT

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Brief i materiały merytoryczne** niezbędne do napisania 4 artykułów natywnych.
- **Kreacje do brandingu:** Contentboard i Rectangle Mobi.
- **Logotyp:** publikowany w boksie promocyjnym

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding obszaru na SG serwisu tematycznego**
 - **Logotyp:** 100x50 na transparentnym tle w formacie eps
- **Branding artykułów natywnych:**
 - **Contentboard** 750x300, gif / jpg / png / [html5](#), waga do 150KB
 - **Mobile:** Rectangle Mobi 300x250, gif / jpg / png / [html5](#), waga do 150KB

Wizualizacja brandingu obszaru na SG serwisu tematycznego:



WIZUALIZACJE POZOSTAŁE

Wizualizacja brandingu na stronie artykułowej

Desktop:



Mobile:



BRAND ZONE

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Brief i materiały merytoryczne** niezbędne do napisania tekstu oraz zdjęcia nie produktowe do promocji artykułów (jpg, min.1210px szerokości), kadry generowane automatycznie
- **Kreacje do branding:** Logotyp, Contentboard i Rectangle Mobi.
- **Linki** do kanałów społecznościowych (facebook, instagram, twitter)
- **Heks koloru** - do akcentów kolorystycznych i przycisków

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding obszaru na HP Gazeta.pl**
 - **Logo:** na transparentnym tle, minimum 200px szerokości, png, waga 60KB
- **Branding landing page Brand Zone**
 - **Logo:** na transparentnym tle, minimum 200px szerokości, png, waga 60KB
 - **Banner reklamowy content** 1170x300, gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB
 - **Mobile rectangle** 300x250 na artykułach, gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB
- **Branding artykułów natywnych**
 - **Contentboard** 750x300, gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB
 - **Mobile rectangle** 300x250, gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB

Wizualizacja branding na HP Gazeta.pl

Desktop:

MATERIAŁY PROMOCYJNE

ŚWIATOWY DZIEŃ KAWY



Jaką kawę piją Włosi? Rytuały, które sprawiają, że każda filiżanka smakuje lepiej



Od latte po cold brew. Różnorodność kaw, które zmieniają codzienny rytuał



Poranna kawa bez stresu - prostsza niż myślisz



Ekspres, który zdomi kuchnię. Dlaczego design ma znaczenie także w kawie?

STREFA

METKA min. 200px szer.

Mobile:

MATERIAŁY PROMOCYJNE

ŚWIATOWY DZIEŃ KAWY



Jaką kawę piją Włosi? Rytuały, które sprawiają, że każda filiżanka smakuje lepiej



Od latte po cold brew. Różnorodność kaw, które zmieniają codzienny rytuał



Poranna kawa bez stresu - prostsza niż myślisz



Ekspres, który zdomi kuchnię. Dlaczego design ma znaczenie także w kawie?

STREFA

METKA min. 200px szer.

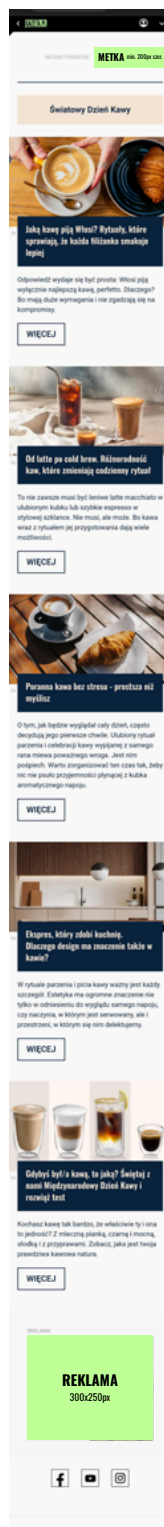
WIZUALIZACJE POZOSTAŁE

Wizualizacja landing page Brand Zone

Desktop:



Mobile:



Wizualizacja branding na stronie artykułowej

Desktop:



Mobile:



NATIVE HUB

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

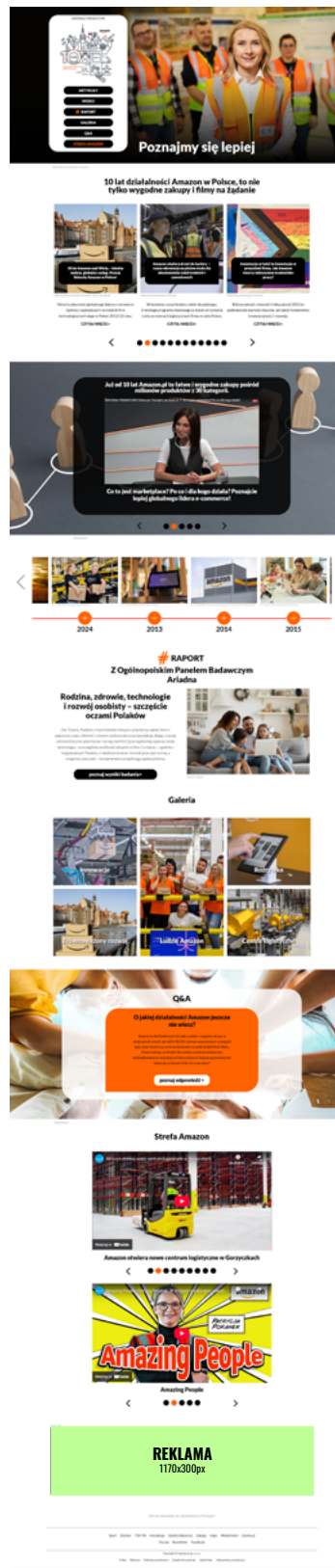
- Określane indywidualnie na podstawie projektu

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- Formaty ustalane indywidualnie z klientem

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



Mobile:



RAPORT NATYWNY

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

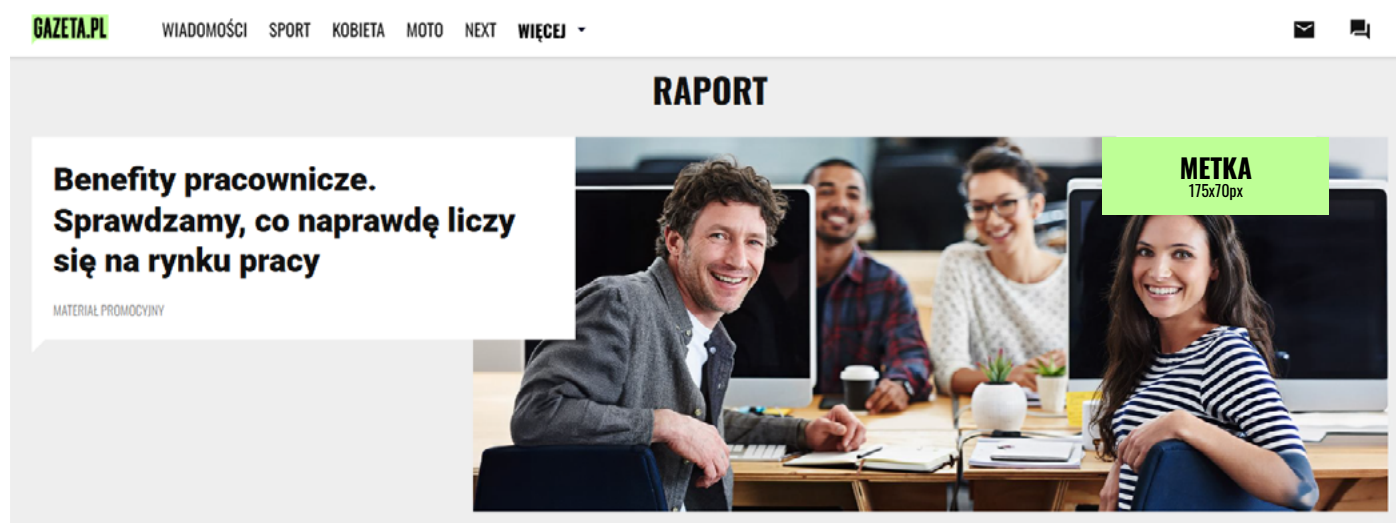
- **Brief:** do przygotowania badania i artykułu
- **Logotyp:** Na transparentnym tle w formacie eps
- **Zdjęcia:** do promocji na Stronie Głównej Gazeta.pl (Game Day) 1536x640 px (desktop) i 740x416 px (mobile).

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

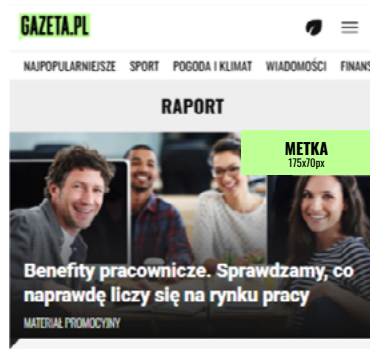
- **Branding obszaru na HP Gazeta.pl**
 - **Metka:** 175x70 na transparentnym tle w formacie eps
 - **Branding artykułu natywnego:**
 - **Desktop:** Banner reklamowy content 1170x300, gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Mobile:** Rectangle Mobi 300x250, gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje.

Wizualizacja brandingu na HP Gazeta.pl

Desktop:



Mobile:



WIZUALIZACJE POZOSTAŁE

Wizualizacja brandingu na stronie artykułowej

Desktop:

Mobile:



DATA STORY

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Brief:** do przeprowadzenia badania lub gotowe wyniki badań wraz z ich opisem
- **Branding:** logo (obowiązkowe), banner (opcjonalny)

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding artykułu natywnego**
 - **Logotyp:** 170x70 na transparentnym tle w formacie eps.
 - **Opcjonalnie Banner reklamowy content:** 1170x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Opcjonalnie Rectangle Mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje.

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



Mobile:



Q&A

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Brief:** do przygotowania artykułu
- **Zdjęcia:** zdjęcie otwierające + wszystkie śródtekstowe w orientacji horyzontalnej 1920x1080 px; zdjęcia do slidera 1050x750 px w orientacji horyzontalnej (min.4 produkty); zdjęcia w treści 1050x1080px w orientacji wertykalnej; akordeon 1025x450px w orientacji horyzontalnej (3 szt.)
- **Branding:** logo, banner

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding artykułu natywnego**
 - **Logotyp:** 140x30 na transparentnym tle w formacie eps
 - **Banner reklamowy content** 1170x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Rectangle Mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje.

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



Mobile:



GIFT STORY

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Brief** i materiały do przygotowania artykułu
- **Branding:** logo + bannery
- **Materiały produktowe do slidera** (opcjonalnie w zależności od wybranego pakietu)
 - zdjęcia produktowe do maks 6 produktów

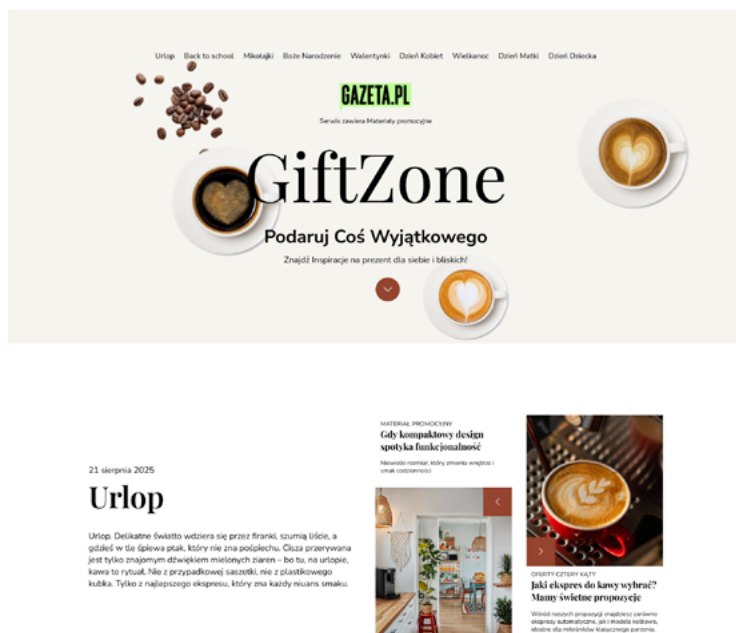
SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding artykułu natywnego**
 - **Logotyp:** 170x70 na transparentnym tle w formacie eps
 - **Banner reklamowy content:** 1170x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Rectangle Mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- **Branding na SG GiftZone.Gazeta.pl** (opcjonalnie, w zależności od wybranego pakietu)
 - **Logotyp:** 170x70 na transparentnym tle w formacie eps
 Wymagane są obie kreacje.

Wizualizacja obecności na HP GiftZone.Gazeta.pl

Zajawki materiałów promocyjnych

Desktop:



Mobile:



Wizualizacja obecności na HP GiftZone.Gazeta.pl

Slajder produktowy

Desktop:



Mobile:



Sekcja tematyczna Marka Poleca

Desktop:



Mobile:

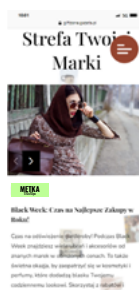


Sekcja tematyczna Strefa Marki

Desktop:

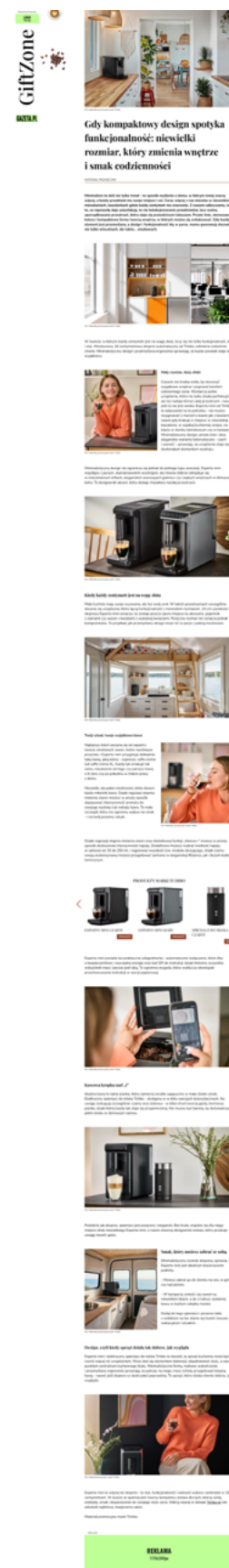


Mobile:



Wizualizacja branding'u na stronie artykułowej

Desktop:



Mobile:



STORYTELLING

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

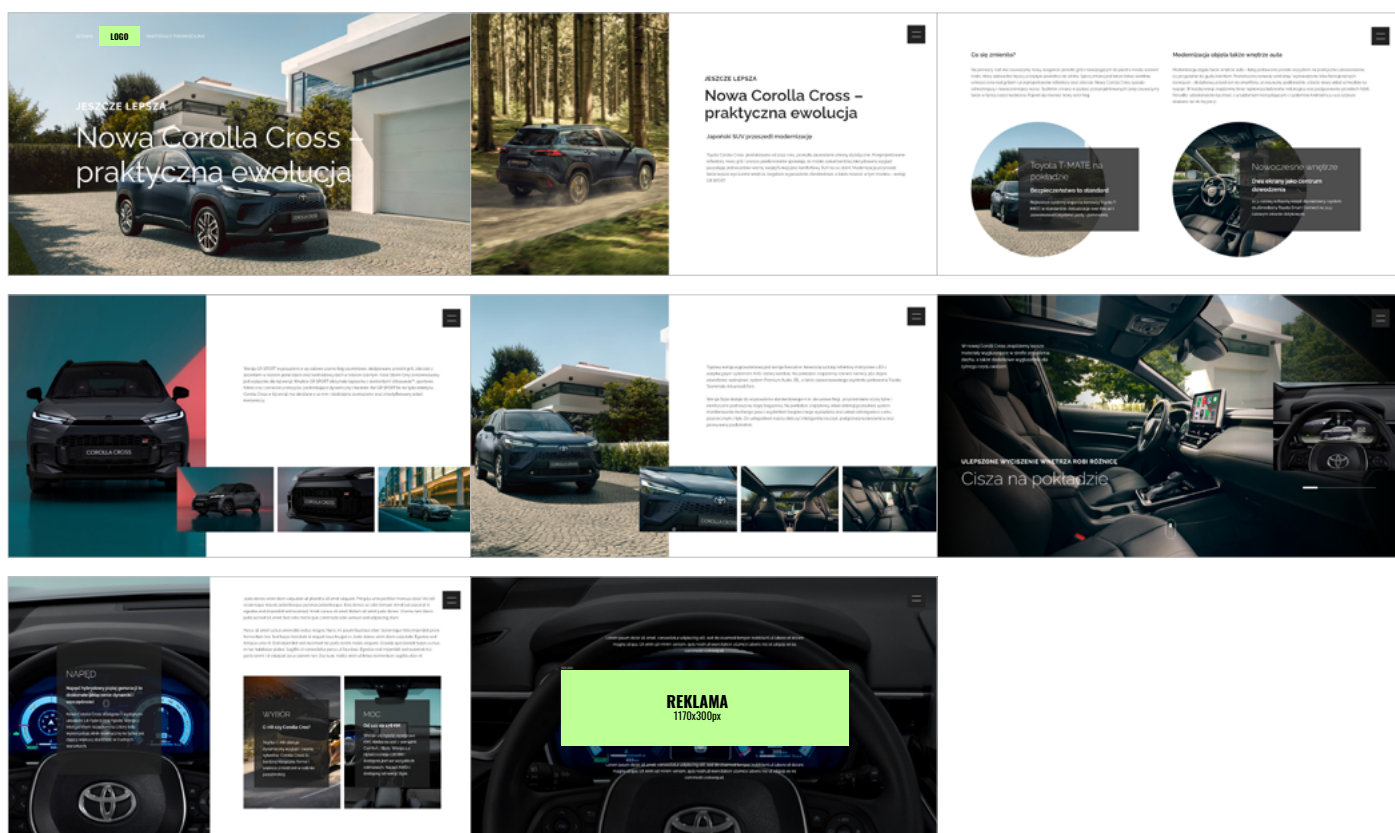
- **Brief i materiały merytoryczne** niezbędne do napisania tekstu.
- **Materiały do interaktywności:** wszystkie materiały graficzne i tekstowe zgodnie ze specyfikacją wybranej interakcji.
- **Specyfikacja zdjęć:** około 20 zdjęć o minimalnej szerokości 1920px
- **Zdjęcia do treści artykułu (poza interakcjami):** minimalny rozmiar 940x620px

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding artykułu natywnego:**
 - **Logotyp** na transparentnym tle w formacie eps
 - **Banner reklamowy content:** 1170x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Rectangle Mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje.

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



STORYTELLING PREMIUM

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- Materiały określone indywidualnie na podstawie projektu.

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

Branding landing page:

- **Logotyp** na transparentnym tle w formacie eps
- **Banner reklamowy content** 1170x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- **Rectangle Mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



QUIZ NATYWNY/ PSYCHOTEST

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

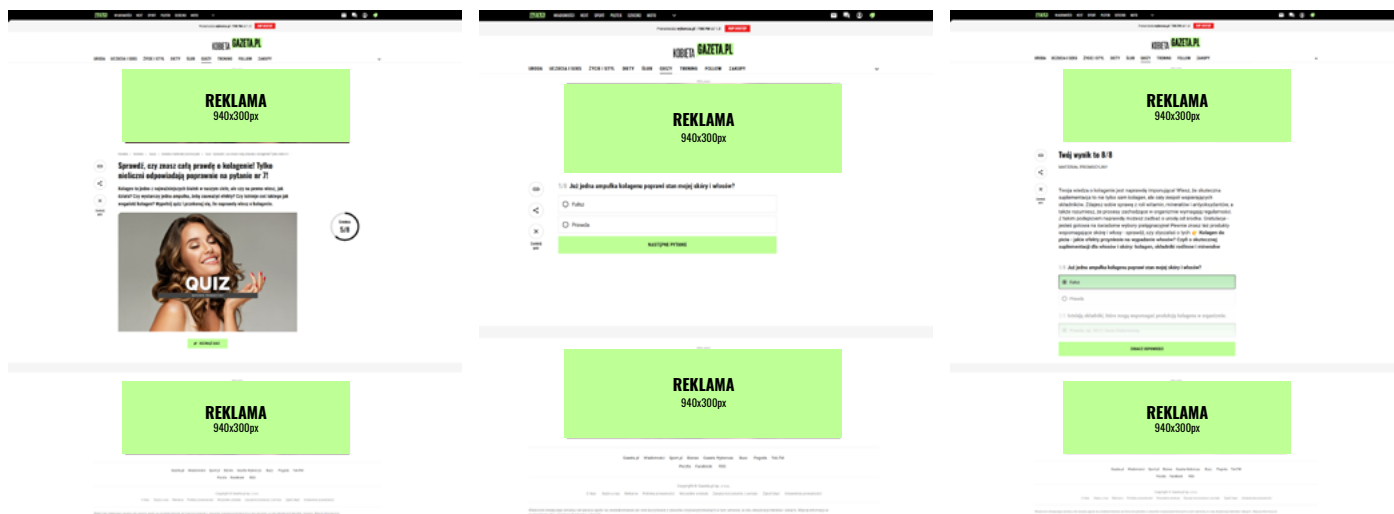
- **Brief** do przygotowania pytań
- **Kreacje do branding**: bannery
- **Link** do strony klienta, umieszczany na stronie wynikowej

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding materiału natywnego:**
 - **Topboard/Footboard** 940x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB;
 - **Topboard/Footboard mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga 150KB;

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



Mobile:



TEST NATYWNY

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Produkty** do przeprowadzenia testu
- **Materiały do branding**

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding natywnego materiału wynikowego:**
 - **Contentboard** 750x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Rectangle Mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje.

NATYWNY TEST KONSUMENCKI

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Produkty do testów:** maks. 50 szt.
- **Kreacje do branding**

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding natywnego materiału wynikowego:**
 - **Contentboard** 750x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Rectangle Mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje (desktop + mobile).

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



Mobile:



NATYWNY KONKURS SOCIAL MEDIA

Urządzenia: Desktop, Mobile

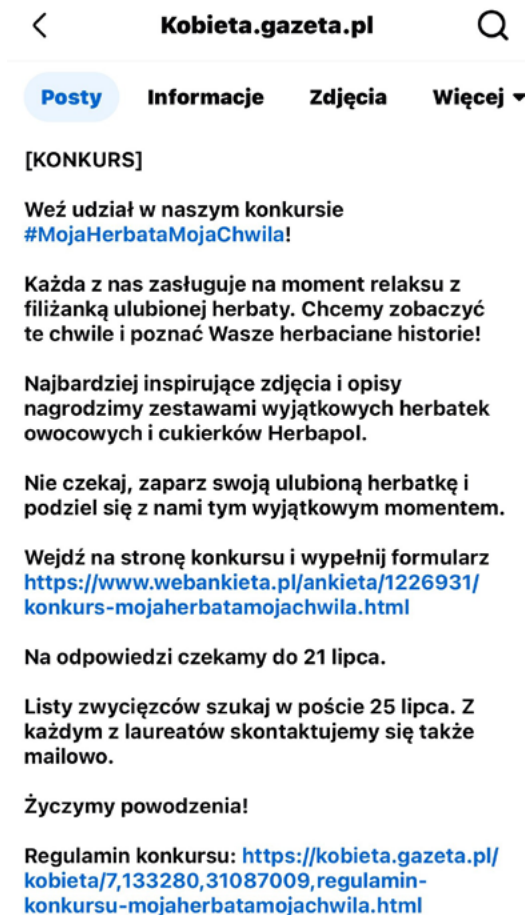
WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Informacje o nagrodach:** rodzaj i liczba należy określić na etapie briefowania
- **Nagrody:** dostarczone fizycznie do Gazeta.pl.
- **Materiały graficzne:** zdjęcie produktu do grafiki konkursowej posta (oznaczenie "FUNDATOR NAGRÓD").

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Logotyp** na transparentnym tle

Wizualizacja przykładowa:



SWIPE STORY

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Logo**
- **Materiały graficzne i tekstowe** do poszczególnych widoków: zdjęcia 1280x1120px, zdjęcie 1500x1600 (na mobile widoczna tylko centrala część zdjęcia), ew. video (embed YT)
- **Kreacje do branding**

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding materiału natywnego:**
 - **Logo** na transparentnym tle
 - **Contentboard** 750x300 (desktop), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
 - **Rectangle Mobi** 300x250 (mobile), gif / jpg / png / **html5**, waga do 150KB
- Wymagane są obie kreacje.

Wizualizacja przykładowa:

Mobile:

GAZETA.PL

LOGO

Gaz to pomost do zielonej przyszłości – wzmacnia bezpieczeństwo energetyczne Polski

Fot. Materiały Promocyjne ORLEN

Dlaczego niezależność energetyczna jest ważna?

Fot. Materiały Promocyjne ORLEN

ORLEN realizuje ten cel poprzez:

Fot. Shutterstock / Janek Jurek Jr

1. rozwijanie własnych odnawialnych źródeł energii,
2. zwiększanie wydobywania gazu z własnych złóż,
3. budowanie nowych szlaków importu gazu i ropy.

Ujęty temu uwarunkowany się od ryzyka blokady dostaw z jednego kierunku.

Niezależna energetycznie Polska

Wydobycie łąkowe

Import drogi ropy

Baltic Pipe

Interkontynental

Fot. Materiały Promocyjne ORLEN

Polska zdywersyfikowała źródła i kierunki dostaw gazu ziemnego i uniezależniła się od dostaw z krajów, co przekłada się na nasze bezpieczeństwo energetyczne.

gas. A konkretnie elektrownie gazowe.

Jak wygląda mix energetyczny – czy to system gwarantujący bezpieczeństwo energetyczne?

Mix energetyczny 2024

Mix energetyczny 2030

Mix energetyczny 2035

Fot. Materiały Promocyjne ORLEN

Gaz pozwolił bilansować system w okresach niskiej produkcji i OZE.

W 2024 roku udział OZE w produkcji energii w Polsce osiągnął rekordowe 29,0%, podczas gdy udział węgla spadł do 5,9%. Prognozy Polskiej Sieci Elektroenergetycznych (PSE) wskazują, że do 2034 roku zużycie gazu do produkcji energii wzrośnie ponad czterokrotnie, a moc jednostek gazowych zwiększy się w tym czasie niemal trzykrotnie – z 4 GW do 9-12 GW.

Fot. Shutterstock / Shutterstock

Gdzie ORLEN buduje zaplecze na rosnące zapotrzebowanie energetyczne?

Przykładem jest realizowana przez ORLEN budowa elektrowni gazowo-parowej w Ostrołęce (750 MW). Zastąpi ona wyczerpywane bloki węglowe, zapewniając stabilność dostaw.

Fot. Materiały Promocyjne ORLEN

Robnie zapotrzebowanie na energię (elektryczną, transport, ogrzewanie i przemysł) – wg PSE i Forum Energii, konsumpcja energii rośnie o ok. 1-2% rocznie. Do 2030 roku zapotrzebowanie może osiągnąć 180-190 TWh, a do 2040 roku nawet 200 TWh.

Fot. Materiały Promocyjne ORLEN

Co warto zapamiętać?

Fot. Shutterstock / Agnieszka Kucharska

Gaz ziemny emituje o 50-60% mniej CO2 niż węgiel przy produkcji energii elektrycznej. Zapewnia stabilność systemu, zmniejsza ryzyko przerw w dostawach energii. Poprzez gaz ORLEN wspiera postawienia Porozumienia Paryskiego i polityki klimatycznej (redukcja emisji o 55% do 2030 roku). Inwestycja ORLEN w infrastrukturę gazową (np. Baltic Pipe, Terminal LNG) generują tysiące miejsc pracy i napędzają PKB.

Fot. Shutterstock / Shutterstock

Gaz to pomost do zielonej przyszłości, ponieważ:

Fot. Shutterstock / Shutterstock

1. jest nieodzownym elementem polskiej transformacji energetycznej i gwarantuje stabilność systemu, bezpieczeństwo dostaw i redukcję emisji.
2. jest paliwem wspierającym do OZE i przyszłymi zamianami węgla w pompownictwie najcięższych 50-90 lat, zaimplementowane technologie zeroemisyjne, jak energetyka jądrowa czy wodor, osiągną pełną skalę.

Fot. Shutterstock / Shutterstock

SPONSORING PUBLIKACJI REDAKCYJNEJ/ CYKLU PUBLIKACJI

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- **Logo** (wskazanie sponsorskie w materiale redakcyjnym)

SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- **Branding artykułu redakcyjnego**
 - **Logo** na transparentnym tle

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



BRANDING DZIAŁU

Urządzenia: Desktop, Mobile

WYMAGANE MATERIAŁY:

- Kreacje do brandingu: logo oraz banner reklamowy

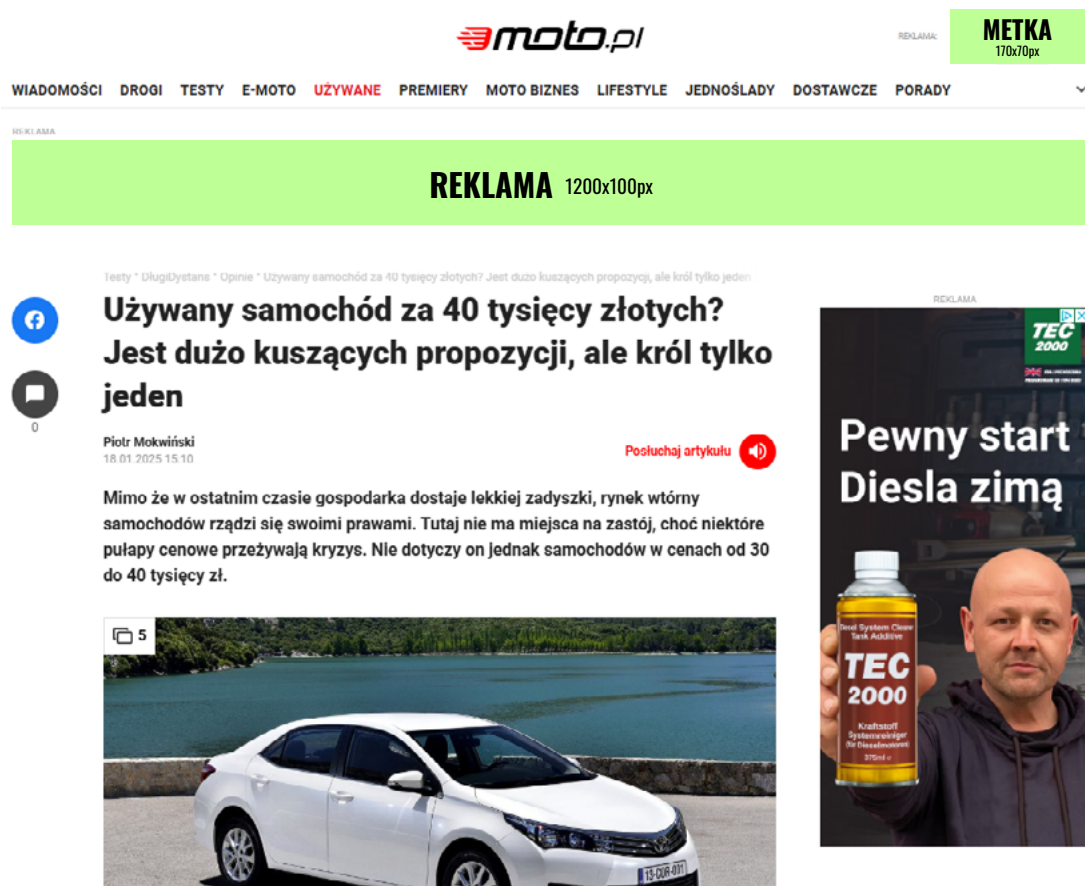
SPECYFIKACJA KREACJI REKLAMOWYCH (BRANDINGU)

- Branding na stronie indeksowej działu:
 - Logotyp: 150x60 px (desktop) i 100x40 px (mobile) na transparentnym tle, jpg, png.
- Branding artykułów redakcyjnych w dziale:
 - Logotyp: 150x60 px (desktop) i 100x40 px (mobile) na transparentnym tle, jpg, png
 - Banner reklamowy 1200x100 (desktop), 480x80 (mobile), jpeg/png/gif/, waga do 150KB.

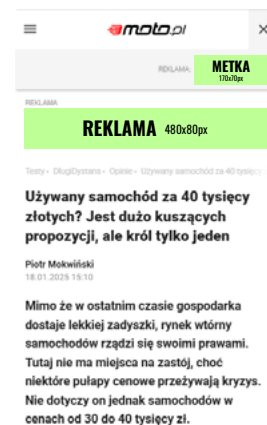
Brak możliwości rotacji.

Wizualizacja przykładowa:

Desktop:



Mobile:



2. DOBRE PRAKTYKI REKLAMOWE W GAZETA.PL

Rynek reklamy internetowej nieustannie się zmienia, aby dostarczać maksymalne korzyści zarówno dla reklamodawcy jak i użytkownika, czyli odbiorcy potencjalnej reklamy. Od pewnego czasu możemy zauważyć silny trend związany z zapewnieniem jak najlepszego User Experience, mający na celu poprawić odbiorcy kontakt ze stronami, np. zwiększyć ich wydajność, zminimalizować przepustowość sieci czy ograniczyć zużycie baterii.

Tematem tym w ostatnim czasie zajął się także Google, wprowadzając ograniczenia dla nieprzyjaznych użytkownikom reklam – tzw. Heavy Ads Interventions. Przeglądarka może **całkowicie zablokować** reklamę, która:

- używa głównego wątku łącznie przez ponad 60 sekund
- używa głównego wątku przez ponad 15 sekund w dowolnym 30-sekundowym oknie
- wykorzystuje ponad 4 megabajty przepustowości sieci

Jeśli nie chcemy, aby kreacja została zablokowana w przeglądarce istotne jest przestrzeganie kilku elementów podczas tworzenia reklamy. Są nimi:

- niezapętlanie animacji w bannerze i stopowanie jej w czasie nie dłuższym niż 30 sekund,
- stopowanie wideo na ostatniej klatce (nie dłuższe niż 30 sekund) w formatach reklamowych, gdzie zostało zaimplementowane.

Więcej informacji dotyczących **Heavy Ads Interventions** znajdziemy pod linkiem:

<https://developers.google.com/web/updates/2020/05/heavy-ad-interventions>

Reklama spełniająca wyżej wymienione kryteria zostanie szybciej załadowana, wyświetlona i zauważona, co przekłada się na lepsze statystyki kampanii.

3. WSKAZÓWKI TWORZENIA PRZYJAZNYCH KREACJI

Poniżej zamieścimy kilka sugestii dotyczących tworzenia bardziej przyjaznych reklam. Wszystkie **wskazówki** bazują na wytycznych dotyczących tworzenia kreacji reklamowych według organizacji **IAB**:

- wszelkie bannery z plikami wideo powinny mieć wyłączony dźwięk i zawierać przyciski nawigujące tak, aby użytkownik mógł sam wejść w interakcję z reklamą i samodzielnie włączyć dźwięk wideo,
- zaleca się nie przeciążać procesora użytkownika – serwowane kreacje powinny płynnie działać i nie zaburzać działania strony ani aplikacji – w tym celu wskazane jest, aby kreacja nie była przeładowana dużą ilością węzłów, miała umiarkowaną ilość zastosowanych efektów cieni, zamgleń czy gradientów. Miała użytą odpowiednią ilość klatek w animacji (za optymalne przyjmuje się 18 klatek na sekundę). Obciążać może także zbyt duża ilość animowanych sekwencji pomiędzy warstwami emitowana w tym samym czasie, a także zaimplementowanie skryptu losującego zdarzenia w animacji, a także importowane grafiki skalowane przez długi czas. Najlepsza wersja kreacji html5 to taka, która nie zawiera zbędnych funkcji i nie jest przeładowana dużą ilością kodu zarówno w bibliotece .js, jak i pliku html,
- maksymalna liczba żądań plików inicjowanych przez serwer nie powinna przekraczać 15 podczas początkowego ładowania elementów kreacji.
- dobrze, aby kreacja podczas początkowego ładowania zawierała tylko lekkie pliki, aby pojawiała się w pierwszych dwóch milisekundach, jeśli elementy kreacji są rozbudowane i ciężkie powinno się je zoptymalizować,
- sugerujemy odrzucić lub zminimalizować skrypty blokujące renderowanie kreacji (CSS, JavaScript) podczas wstępnego ładowania. Elementy takie jak biblioteka js. czy plik ze stylami CSS korzystnie jest osadzać w pliku html, używając do tego atrybutu inline, który pozwoli zoptymalizować czas ładowania kreacji,
- sugerujemy, aby rozbudowane i obciążające funkcje były umiejscowione w tzw. subload - kolejne w sekwencji ładowanie po ładowaniu początkowym – load,
- ciężkie pliki powinny być pobierane tylko po interakcji z użytkownikiem.

Więcej informacji na stronie **IAB**:

<https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2020/08/Dobre-Praktyki-Viewability-IAB-Polska-2020.pdf>

https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2020/04/Standardy_IABPolska_2016.pdf

https://www.iab.com/wp-content/uploads/2019/04/IABNewAdPortfolio_LW_FixedSizeSpec.pdf

4. WYMAGANIA OGÓLNE DLA REKLAM TYPU HTML5

Kreacja musi spełniać wymagania określone przy każdym produkcie oraz poniższe warunki

Przykładowa kreacja html5

Urządzenia: Desktop, Mobile

Kreacja HTML5 nie może być zapętлана dłużej niż 30 sekund.

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
  <!-- assets, libs etc. -->
</head>
<body>
  <!-- creative code, image etc -->
  
</body>
</html>
```

Implementacja zliczania kliknięć: aby umożliwić zliczanie kliknięć w kreację, tuż przed zamknięciem znacznika </body> należy umieścić poniższy skrypt:

```
<script type="text/javascript">
var parsed = (document.location.href.split('#')[1]||'').split('&');
var params = parsed.reduce(function (params, param) {
var param = param.split('=');
params[param[0]] = decodeURIComponent(param.slice(1).join('='));
return params;
}, {});
document.getElementById('creativelink').href = params.clickTag;
</script>
```

oraz objąć cały obszar klikalny kreacji znacznikiem <a>, dbając o zgodność zadeklarowanych identyfikatorów (id):

```
<a id="creativelink" target="_blank">
  
</a>
```

Przykładowy kod kreacji, uwzględniający wszystkie wskazane wyżej modyfikacje:

```
<html>
<head>
</head>
<body>
<a id="creativelink" target="_blank">
  
</a>
<script type="text/javascript">
  var parsed = (document.location.href.split('#')[1]||'').split('&');
  var params = parsed.reduce(function (params, param) {
    var param = param.split('=');
    params[param[0]] = decodeURIComponent(param.slice(1).join('='));
    return params;
  }, {});
  document.getElementById('creativelink').href = params.clickTag;
</script>
</body>
</html>
```

Obsługa kreacji typu MultiClick: każdy dodatkowy obszar klikalny musi posiadać swój dedykowany znacznik <a> zawierający unikalny identyfikator (id):

```
<!-- podstawowy obszar klikalny -->
<a id="creativelink" target="_blank"></a>
<!-- obszar klikalny 1 -->
<a id="creativelink1" target="_blank"></a>
<!-- obszar klikalny 2 -->
<a id="creativelink2" target="_blank"></a>
```

W celu obsłużenia dodatkowych obszarów klikalnych, należy zmodyfikować skrypt umieszczony tuż przed zamknięciem znacznika <body>. Modyfikację należy wykonać według poniższego szablonu, ze wskazaniem na wyżej zadeklarowane identyfikatory (id):

```
document.getElementById('creativelink').href = params.clickTag;
document.getElementById('creativelink1').href = params.clickTag1;
document.getElementById('creativelink2').href = params.clickTag2;
```

- Prosimy o dostarczenie kompletu kreacji wraz z odnośnikami URL na dwa dni robocze przed startem kampanii.
- Materiał nie może wymieniać danych z zewnętrznymi serwerami, zapisywać, zmieniać cookie. W szczególności zabronione jest stosowanie odwołań do innych plików, wysyłanie danych z kreacji i do kreacji bez wcześniejszej zgody Agory.
- Zabronione są skrypty zmieniające rozmiar i położenie okna przeglądarki.
- Materiał nie może generować błędów, ostrzeżeń, blokować lub utrudniać korzystania ze stron.
- Zabronione jest używanie w reklamach grafiki przypominającej elementy systemów operacyjnych (np. okna z przyciskami minimalizowania, zamykania)
- Pola formularzy w reklamach muszą wykonywać funkcje zgodne z ich standardową funkcją i treścią komunikatu prezentowanego na przyciskach (np. kliknięcie w listę rozwijaną lub pole tekstowe nie może powodować przekierowania na strony Klienta).
- Obciążenie procesora na komputerach klienckich w trakcie wyświetlania reklamy nie może istotnie i zauważalnie utrudniać korzystania z przeglądarki internetowej i innych jednocześnie uruchamianych aplikacji.

Rozwijanie / zwijanie kreacji (opcjonalnie):

Reklama może rozwinąć się w dół do maksymalnej wysokości 600px. Rozwinięcie materiału musi nastąpić po akcji użytkownika (klik lub umieszczenie wskaźnika myszy nad obszarem kreacji). Jeżeli rozwinięcie materiału nastąpiło po umieszczeniu wskaźnika myszy nad obszarem kreacji, zwinięcie musi nastąpić po wycofaniu kursora znad powierzchni materiału.

Poniżej kody do wykonania równoległe ze zdarzeniem inicjującym rozwinięcie i zwinięcie kreacji:

```
// rozwinięcie kreacji:  
window.parent.postMessage(params.doexpand, '*');  
  
// zwinięcie kreacji:  
window.parent.postMessage(params.dolittle, '*');
```

Streaming (In-Banner Video):

Streaming emitowany jest ze standardowych, graficznych form reklamowych, wykonanych w technologii html5. Składa się z dwóch elementów - odtwarzacza i filmu. Wideo w bannerze nie może być zapętlane.

Odtwarzacz powinien zawierać wbudowane przyciski sterujące (co najmniej przycisk STOP).

Film może zostać odtworzony automatycznie, natomiast ścieżka dźwiękowa musi być inicjowana wyłącznie przez użytkownika. W przypadku gdy dźwięk uruchamiany jest po najechaniu kursorem myszy na obszar kreacji, po zdjęciu kursora powinno nastąpić wyciszenie dźwięku. W przypadku gdy dźwięk uruchamiany jest po kliknięciu w kreację, może być również odtwarzany po zdjęciu myszy znad obszaru kreacji.

Maksymalny rozmiar i czas trwania filmu 1 MB / 30 sek.

Maksymalny bitrate: 512kbps.

Dźwięk w filmie reklamowym należy znormalizować do -4dB.