

Specyfikacja techniczna

**internetowych formatów reklamowych
dostępnych na serwisie PB.pl**



Obowiązuje od: 01.08.2026
Data aktualizacji: 09.07.2026

Formaty reklamowe

Formaty display (dla platform display oraz mobile)

Nazwa formatu	Rozmiary (pixel)	Platforma	
Belka partner serwisu	Każdorazowo potrzebne są 3 formaty o wymiarach: 1900x100 1560x100 1260x100	desktop	
Megaboard	Każdorazowo potrzebne są 3 formaty o wymiarach: 1900x500 1260x500 970x500	desktop	
Gigaboard	940x400	desktop	
Wideboard	Możliwe rozmiary: 970x300 970x250 940x300 940x200	desktop	
Triple Billboard	750x300	desktop	
Double Billboard	750x200	desktop	
Billboard	750x100	desktop	
Intext	670x280	desktop	
Halfpage	300x600	desktop	mobile
Large Rectangle	336x280	desktop	mobile
Rectangle / Navibox	300x250	desktop	mobile
Banner newsletter	600x90	newsletter	

Dopuszczalne formaty: obrazy statyczne (**JPG, PNG**), animowane (**GIF** z ewentualnym zapętleniem), kreacje **HTML5** (paczki .zip) oraz kody emisyjne.

Waga (Initial Load): maksymalnie **120 KB**.

Waga (Total/Polite): maksymalnie **2.2 MB**.

Protokół bezpieczeństwa: wszystkie wywołania i zasoby muszą być serwowane przez **HTTPS**.

Wymóg wizualny: kreacje o jasnym lub białym tle muszą posiadać wyraźną ramkę 1 px w kolorze kontrastującym (np. szarym).

Formaty wideo

Pre-roll i mid-roll

To film wideo o charakterze reklamowym emitowany w przypadku formatu preroll przed materiałem redakcyjnym, a w przypadku formatu midroll w trakcie materiału redakcyjnego. Maksymalna długość bloku reklamowego wynosi 30 sekund. Zalecana waga materiału do 30 MB (waga bezwzględna do 100 MB). Player stosowany przez Bonnier Business Polska umożliwia pominięcie reklamy przez użytkownika.

Wymagania dot pliku:

- .mp4 z audio
- Aspekt ratio: 16:9 FHA (Full-Height Anamorphic)
- Kodek: H264
- 25 klatek/s (fps)
- Rozdzielczość obrazu: 1024(H) na 576(V) pixeli lub 1920(H) na 1080(V) pixeli
- interlace (dolne pół-pola)
- audio zapisane w dwóch pierwszych kanałach dźwiękowych (stereo)
- poziom dźwięku – 23 LUFS
- częstotliwość próbkowania audio: 48 kHz,
- rozdzielczość próbkowania audio: 16 bitów

Video Ad

Reklamowy spot/film wideo trwający do 30 sekund, umieszczony wewnątrz wybranej graficznej formy reklamy. Plik przygotowany i emitowany jest jako HTML5 dla formatu bazowego, np. wideboard 970x250, z zaimplementowanym odwołaniem do pliku MP4. Format powinien zawierać przyciski sterujące (play, stop, wycisz). Dźwięk w filmie musi być wyciszony na starcie, a włączony jedynie po akcji użytkownika. Obraz może być uruchomiony na starcie i odtwarzać się w pętli. Rekomendowane kodowanie wideo H.264, audio ACC.

Maksymalna dopuszczalna waga pliku wideo wg czasu:

- 15 sekund - 1,5 MB;
- 30 sekund - 2,5 MB.

Artykuł sponsorowany

Materiał o charakterze reklamowym wyświetlany w layoutcie strony artykułowej serwisu. Artykuł sponsorowany jest publikowany i promowany w określonym terminie. W odróżnieniu od materiałów redakcyjnych wymaga wyraźnego oznaczenia jako treść komercyjna ze wskazaniem nazwy sponsora lub marki. Integralną częścią produktu jest jego promocja za pomocą linku promocyjnego.

Wymagania brzegowe:

- tytuł o długości od 40 do 90 znaków ze spacjami
- treść do 10 000 znaków ze spacjami, w tym długość leadu od 200 do 350 zzs
- do 5 grafik, szerokość zdjęcia min. 1280 pikseli, o proporcjach 3:2, preferowany układ poziomy
- 1 materiał wideo, z podaniem tytułu i opisem do 500 znaków ze spacjami.
- maksymalnie 3 linki z atrybutem no-follow

Wymagania dotyczące przygotowania reklamy

Metoda dostarczania materiałów i nazewnictwo

Materiały należy dostarczyć na adres e-mail: **traffic@pb.pl**. W temacie maila prosimy podać nazwę firmy i format reklamy.

Komplet materiałów powinien być dostarczony najpóźniej na 2 dni robocze przed uruchomieniem kampanii (kampanie banerowe), bądź 5 dni roboczych w przypadku kreacji screening. W przeciwnym razie nie gwarantujemy terminowego startu kampanii.

Proces akceptacji materiałów reklamowych

Kreacje muszą mieć dokładny, założony wymiar, wagę nie większą niż 120 kb oraz przygotowany zgodnie z wymogami Google Ad Manager.

Adserver mechanizm clicktag ([patrz: specyfikacje szczegółowe poniżej](#)).

Pełny proces przygotowania kreacji poprawnych technicznie i wizualnie leży po stronie Reklamodawcy.

Wydawca rezerwuje sobie prawo do odmowy emisji dowolnej z podesłanych reklam, w przypadku, gdy uzna ją za dokuczliwą lub szkodliwą dla swoich użytkowników.

Niedopuszczalne praktyki:

- Niedopuszczalne jest tworzenie kreacji zaciągających dodatkowe elementy lub odwołujących się do zewnętrznych plików. Wyjątkiem są kreacje, których założeniem jest takie właśnie działanie, po uprzednim uzgodnieniu tego z Wydawcą.

- Niedopuszczalne jest dokonywanie wszelkiego rodzaju zabiegów nadmiernie zużywających zasoby procesora. Reakcje nadmiernie obciążające procesor mogą nie zostać dopuszczone do emisji.
- Niedopuszczalne jest używanie w reklamach przycisków (buttonów) o treści jak: „Zamknij”, „OK”, ikon minimalizowania i zamykania okna, działających inaczej niż to wynika z ich typowej funkcji.
- Google Ad Manager nie obsługuje reakcji, które używają tagów SVG w plikach HTML. Zamiast tego można dodać osobne pliki .svg i odwołać się do nich w kodzie HTML. Więcej na ten temat znajduje się na stronie:
https://support.google.com/admanager/answer/7042363?hl=pl&ref_topic=7041998&sjid=13503374172477536496-EU

W skład kompletu materiałów do kampanii banerowych WWW wchodzi:

- Krecja o określonych specyfikacją techniczną parametrach.
- Kody mierzące (opcjonalnie), jeśli Klient dodatkowo chce mierzyć efektywność kampanii za pomocą wybranej przez siebie technologii badania ruchu na witrynach WWW.
- Adres docelowy (URL — ang. Uniform Resource Locator), pod który ma przenosić krecja, nie dłuższy jednak niż 2000 znaków. W sytuacji, gdy kampania ma więcej niż jeden URL, adresy docelowe powinny być podesłane w tabeli, w której jedna kolumna zawiera nazwy krecji a druga odpowiadający jej URL.

Zasoby zewnętrzne, biblioteki i bezpieczeństwo sieciowe (CORS)

W celu zapewnienia najwyższej wydajności ładowania serwisu oraz bezpieczeństwa użytkowników, krecje HTML5 emitowane za pośrednictwem systemu Google Ad Manager muszą spełniać wymagania dotyczące odwołań do zasobów zewnętrznych.

1. Hostowanie zasobów (Assets)

Wszystkie kluczowe elementy krecji, takie jak pliki graficzne (JPG, PNG, SVG), arkusze stylów (CSS) oraz skrypty logiczne (JS), powinny znajdować się wewnątrz paczki .zip.

Dopuszczalne wyjątki:

- a. czcionki serwowane przez zaufane biblioteki (np. Google Fonts, Adobe Fonts).
- b. biblioteki JavaScript hostowane na oficjalnych serwerach CDN Google (patrz punkt 2).

2. Dozwolone biblioteki zewnętrzne (CDN)

Google Ad Manager **pozwala** na korzystanie z popularnych bibliotek bez wliczania ich wagi do limitu Initial Load, pod warunkiem, że są one pobierane z oficjalnych adresów URL Google. Do najczęściej używanych należą:

- **GreenSock (GSAP):** <https://cdnjs.cloudflare.com/ajax/libs/gsap/...>
- **CreateJS:** <https://code.createjs.com/...>
- **jQuery:** <https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/...>

3. Problemy Cross-Origin (CORS)

Wydawca zastrzega sobie prawo do odrzucenia kreacji, która generuje błędy typu CORS (Cross-Origin Resource Sharing). Błędy te występują, gdy kreacja próbuje pobrać dane z serwera, który nie posiada poprawnie skonfigurowanych nagłówków bezpieczeństwa pozwalających na dostęp z domeny serwerów reklamowych Google (*googlesyndication.com* lub *doubleclick.net*).

Zalecenia dla programistów:

- Unikaj pobierania dynamicznych danych JSON/XML z serwerów zewnętrznych bez wcześniejszej konsultacji z działem technicznym wydawcy.
- Upewnij się, że serwer zewnętrzny wysyła nagłówek: Access-Control-Allow-Origin: *.

4. Protokół SSL (HTTPS)

Wszystkie odwołania do zasobów zewnętrznych **muszą być wywoływane przez bezpieczny protokół HTTPS**. Kreacje zawierające odwołania typu *http://* zostaną automatycznie zablokowane przez przeglądarki użytkowników jako tzw. Mixed Content, co uniemożliwi poprawną emisję reklamy.

5. Komunikacja zewnętrzna i Trackery

- **Piksele śledzące:** dopuszcza się stosowanie zewnętrznych pikseli zliczających (np. Gemius, Nielsen) wyłącznie przez protokół HTTPS.
- **Geolokalizacja i API:** zabrania się wywoływania zapytań o lokalizację użytkownika lub dostęp do kamery/mikrofonu bez wyraźnej zgody wydawcy i użytkownika.

Pomocnicza tabela kontrolna dla działu IT reklamodawcy:

Weryfikacja	Wymaganie	Status
Protokół	Czy wszystkie linki w kodzie zaczynają się od <i>https://</i> ?	Obowiązkowe
Lokalność	Czy obrazy i ikony są wewnątrz paczki .zip?	Zalecane
CORS	Czy zewnętrzne skrypty analityczne mają uprawnienia do współdzielenia zasobów?	Obowiązkowe
Fonts	Czy czcionki pochodzą z legalnych i zaufanych źródeł CDN?	Obowiązkowe

Kreacje HTML5

1. Struktura pliku

Format: paczka .zip zawierająca plik *index.html* oraz wszystkie zasoby (obrazy, skrypty, CSS).

Liczba plików: zalecane jest jak najmniejsza liczba plików w paczce, aby przyspieszyć ładowanie.

Kodowanie: UTF-8.

2. Obsługa kliknięć (Click Tag) – kluczowy wymóg

Reklamodawca **musi** zaimplementować zmienną *clickTag*, aby było możliwe zliczanie kliknięć i kierowanie do właściwej strony docelowej.

Kod w sekcji <head>:

```
<script type="text/javascript">
  var clickTag = "https://www.google.com";
</script>
```

Kod w sekcji <body> na elemencie klikalnym:

```
<a href="javascript:window.open(window.clickTag)">
  </a>
```

3. Limity wagi i wydajności

Initial Load (waga początkowa): maksymalnie **150 KB** (pliki ładowane natychmiast).

Host-Initiated Load (waga całkowita): maksymalnie **2.2 MB** (dodatkowe zasoby ładowane po zdarzeniu *window.onload*).

Użycie procesora (CPU): reklama nie może obciążać procesora powyżej 10% na jednym wątku (ważne przy animacjach JS).

4. Zasoby zewnętrzne i biblioteki

Dopuszczalne jest korzystanie z bibliotek hostowanych przez Google (np. **GreenSock, CreateJS, jQuery**). Nie wliczają się one do limitu wagi Initial Load. Wszystkie inne skrypty powinny znajdować się wewnątrz paczki .zip.

5. Wytyczne wizualne i etyczne

Ramka: reklamy na białym tle muszą posiadać wyraźną ramkę (kontur) w kolorze kontrastującym (np. 1px szary).

Napis "Reklama": Bonnier Business Polska zapewnia tło z napisem „reklama”.

6. Sprawdzenie poprawności kreacji przed emisją.

Kreacja powinna być przetestowana w narzędziu HTML5 Validator, którego dostawcą jest Google.

Narzędzie: HTML5 Validator

(<https://www.google.com/search?q=https://h5validator.appspot.com/admanager/asset>)

Narzędzie sprawdza, czy:

- zmienna clickTag jest poprawnie zdefiniowana;
- waga plików nie przekracza limitów;
- kreacja nie próbuje uzyskać dostępu do niedozwolonych zasobów (np. geolokalizacji bez zgody).

Kreacje Adnami High Impact

Bonnier Business Polska oferuje w serwisie PB.pl wybrane formaty reklamowe oparte o rozwiązania technologiczne opracowane przez firmę Adnami.

1. Fluid Skin (Desktop)

Reklama składająca się z poziomego bannera uzupełnianego przez tło, budowana z trzech elementów. Podobna do formatu Screening:

- poziomy banner 970x250 (JPG, WEBP) lub HTML5 z szerokością 100% responsywną i wysokością 250 px,
- panele boczne: wideo – 1080x1920 px (9:16) MP4 albo dwa bannery 800x1440 px JPG + (opcjonalna nakładka: do 800x1440 px (PNG z przezroczystością),
- autoodtwarzające się filmy nie powinny przekraczać 30 sekund, łączna waga wszystkich zasobów musi być poniżej 3,5 MB, audio musi być uruchamiane przez użytkownika.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

2. Seamless Skin (Desktop)

Reklama składająca się z poziomego bannera uzupełnianego przez tło, budowana z pełnoekranowego tła z półprzezroczystymi nakładkami. Podobna do formatu Screening:

- tło z obrazka 2560x1440 (JPG, PNG lub WEBP) albo wideo 1920x1080 (MP4),
- nakładka 800x1440 na lewą i prawą część tła, PNG lub WEBP z przezroczystością,
- nakładka o maksymalnym rozmiarze 800x500 na poziomą część skina, PNG lub WEBP z przezroczystością.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/spec>

3. Midscroll (Desktop)

Reklama wyświetlana na zasadzie paralaksy, tj. "przyklejona" do ekranu komputera, a akapity tekstu odsłaniają ją podczas przewijania:

- obrazek 1920x1080 lub 2560x1440, plik do 100-200 kB, PNG, JPG, GIF,
- materiał wideo (MP4 zoptymalizowane do środowiska web), rozdzielczość 1920x1080, długość nie więcej jak 30 sekund, wielkość pliku rekomendowana 1 MB, maksymalnie 3,5 MB,
- HTML5, responsywne, o rozdzielczości 2560x1440, łącznie max. 3,5 MB, nie więcej jak 5 zapętień animacji, animacja nie dłuższa niż 30 sekund, audio musi być inicjowane przez usera, dopuszczalne assety to pliki ZIP lub kody emisyjne 3rd party,
- w każdym formacie należy zachować po 15% marginesu na dole i górze, który jest zasłonięty częściowo w czasie przewijania -- tam nie umieszczamy żadnych ważnych elementów, CTA, logo, disclaimerów itd.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

4. Midscroll (Mobile)

Reklama wyświetlana na zasadzie paralaksy, tj. "przyklejona" do ekranu urządzenia mobilnego, a akapity tekstu odsłaniają ją podczas przewijania:

- obrazek 1080x1920, plik do 100-200 kB, PNG, JPG, GIF,
- materiał wideo (MP4 zoptymalizowane do środowiska web), rozdzielczość 1080x1920, długość nie więcej jak 30 sekund, wielkość pliku rekomendowana 1 MB, maksymalnie 3,5 MB,
- HTML5, responsywne, o rozdzielczości 1080x1920, rekomendowana wielkość 1 MB, nie więcej jak 5 zapętień animacji, animacja nie dłuższa niż 30 sekund, audio musi być inicjowane przez usera, dopuszczalne assety to pliki ZIP lub kody emisyjne 3rd party, plik HTML poddany minifikacji i zoptymalizowany pod kątem kontroli ładowania (tzw. polite load),
- w każdym formacie należy zachować po 15% marginesu na dole i górze, który jest zasłonięty częściowo w czasie przewijania - tam nie umieszczamy żadnych ważnych elementów, CTA, logo, disclaimerów itd.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

5. TopScroll Expand (Desktop)

Reklama przyklejona do górnej krawędzi strony, zajmuje po załadowaniu 30%, jest rozwijana po najechaniu myszką i zwijana do 10% po scrollowaniu. Możliwa do zamknięcia po naciśnięciu "X" w rogu:

- trzy warianty tła, odpowiednio dla stanu domyślnego, rozwiniętego i zwiniętego: 2560x432 (30% wysokości okna), expand 2560x1008 (70% wysokości) oraz sticky: 2560x144 (10%),
- tło może być przycinane przy niektórych rozmiarach ekranów, zaleca się nie umieszczać na nim żadnych krytycznych elementów, a zamiast tego należy użyć nakładek,
- nakładki (PNG z przezroczystością) o rozmiarach odpowiednio 1800x460, 820x800 i 1370x12możliwe jest użycie materiału wideo o rozdzielczości 888x500, MP4, poniżej 2MB, który jest odpowiednio skalowany zależnie od rozmiaru topscrolla,
- [tutaj](#) szablon w PSD do pobrania,
- łączna waga materiałów poniżej 3,5 MB.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

6. TopScroll Expand (Mobile)

Reklama przyklejona do górnej krawędzi strony, zajmuje po załadowaniu 30%, jest rozwijana po scrollowaniu w górę i zwijana do 10% po scrollowaniu w dół. Możliwa do zamknięcia po naciśnięciu "X" w rogu:

- trzy warianty tła, odpowiednio dla stanu domyślnego, rozwiniętego i zwiniętego: 1080x576 (30% wysokości okna), expand 1080x1344 (70% wysokości) oraz sticky: 1080x192 (10%),
- tło może być przycinane przy niektórych rozmiarach ekranów, zaleca się nie umieszczać na nim żadnych krytycznych elementów, a zamiast tego należy użyć nakładek,
- nakładki (PNG z przezroczystością) o rozmiarach odpowiednio 540x600, 1080x500 i 550x110,
- możliwe jest użycie materiału wideo o rozdzielczości 888x500, w proporcjach poziomych 16:9, MP4, poniżej 2MB, który jest odpowiednio skalowany zależnie od rozmiaru topscrolla,
- [tutaj](#) szablon w PSD do pobrania,
- łączna waga materiałów poniżej 3,5 MB.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

7. TopScroll Expand (Mobile)

Reklama przyklejona do górnej krawędzi strony, zajmuje po załadowaniu 30%, jest rozwijana po scrollowaniu w górę i zwijana do 10% po scrollowaniu w dół. Możliwa do zamknięcia po naciśnięciu "X" w rogu:

- trzy warianty tła, odpowiednio dla stanu domyślnego, rozwiniętego i zwiniętego: 1080x576 (30% wysokości okna), expand 1080x1344 (70% wysokości) oraz sticky: 1080x192 (10%),
- tło może być przycinane przy niektórych rozmiarach ekranów, zaleca się nie umieszczać na nim żadnych krytycznych elementów, a zamiast tego należy użyć nakładek,
- nakładki (PNG z przezroczystością) o rozmiarach odpowiednio 540x600, 1080x500 i 550x110,
- możliwe jest użycie materiału wideo o rozdzielczości 888x500, w proporcjach poziomych 16:9, MP4, poniżej 2MB, który jest odpowiednio skalowany zależnie od rozmiaru topscrolla,
- [tutaj](#) szablon w PSD do pobrania,
- łączna waga materiałów poniżej 3,5 MB.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

8. TopScroll (Mobile)

Reklama przyklejona do górnej krawędzi strony, po jej załadowaniu zajmuje 60-80% wysokości:

- obrazek 1080x1920,
- wideo w MP4, 1080x1920, do 50 MB, rekomendowana długość do 20 sekund,
- HTML5, 1080x1920, do 3,5 MB, animacja do 30 sekund, nie powinna być zapętlona więcej, niż pięciokrotnie.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

9. TopScroll (Desktop)

Reklama przyklejona do górnej krawędzi strony, po jej załadowaniu zajmuje 60-80% wysokości:

- obrazek 2560x1440, 100-200 kB,
- wideo w MP4, 1920x1080, do 50 MB, rekomendowana długość do 20 sekund,
- HTML5, 2560x1440, do 3,5 MB, animacja do 30 sekund, nie powinna być zapętlona więcej, niż pięciokrotnie.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

10. Vast Premium – Shoppable Expander

Reklama w formie dodatkowej warstwy wyjeżdżającej na playerze ze standardowym materiałem reklamowym wideo. Możliwość pokazania 2-5 produktów, każdy z osobnym obrazkiem i URL docelowym. Emitowana jako preroll na urządzeniach desktop i mobile:

- poziomy materiał wideo MP4, do 30 sekund, do 50 MB,
- obrazki produktów w PNG lub WEBP z przezroczystym tłem, rozdzielczość 380x500 lub zbliżona, do 250 kB każdy,
- logo kwadratowe, 200x200 px z jednolitym kolorem tła, zostanie na kreacji przycięte do formy kolistej,
- audio odtwarzane zgodnie z ustawieniami playera.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

11. StoryAd

Reklama wykorzystująca kilka assetów obrazkowych, przełączanych w podobny sposób, jak Instastories:

- kwadratowe logo (obrazek profilowy) w rozdzielczości co najmniej 100x100 px,
- 1-5 obrazków (slajdów) o proporcjach pionowych 9:16, kwadratowych lub poziomych 16:9, stosownie do rozmiaru banneru, z którego będzie serwowane.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

12. SideBar (Desktop)

Reklama emitowana po jednej stronie ekranu, w pustej przestrzeni między serwisem a krawędzią ekranu:

- obrazek 1080x1920, do 3,5 MB (rekomendowane 1 MB),
- wideo 1080x1920, MP4, do 50 MB,
- HTML5 1080x1920, do 3,5 MB, animacja do 30 sekund, nie powinna być zapętlona więcej, niż pięciokrotnie.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

13. Real Expander (Mobile)

Reklama składająca się z kilku obrazków lub materiałów wideo złożonych w mozaikę, rozwijana na pełen ekran po kliknięciu w przycisk:

- 2 do 5 obrazków (do 200 kB) lub filmików (do 50 MB) o rozdzielczości 1080x1920,
- kwadratowe logo 400x400 px.

Specyfikacja link: <https://www.adnami.io/specs>

Specyfikacja mailingu

Waga pliku ZIP nie może przekraczać 150 KB.

Zalecane kodowanie UTF-8.

Do kodowania nie używamy poleceń HTML 5 i CSS 3. Nie są poprawnie obsługiwane przez większość klientów pocztowych.

Zalecamy przygotowywanie mailingów w postaci tabelki o szerokości nieprzekraczającej 700 px (tagi DIV nie są prawidłowo obsługiwane).

Nie dopuszczamy zamieszczania w kodzie HTML takich elementów jak: Java Script, ramki, obiekty Active X, oraz elementy dynamicznego HTML.

Arkusze stylów (CSS) nie są obsługiwane, ani jako pliki zewnętrzne, ani w postaci zdefiniowanej w sekcji head>. Nie należy ustawiać globalnych stylów dla znaczników: body, table, tbody, tr, td, img, a, czyli wszystkich głównych tagów html.

Obsługiwane są tylko definicje stylów dla poszczególnych podrzędnych elementów mailingu. Nie jest także dopuszczalne używanie właściwości position.

Używamy podstawowych czcionek systemowych np: Arial, Verdana, Tahoma, Georgia, lub Times New Roman z określeniem ich wielkości. Chcąc określić wygląd czcionek, atrybut style najczęściej przypisujemy do znaczników: p>, a> i span>.

Paddingi nie zadziałają. Wszelkie przestrzenie uzyskujemy tylko poprzez zakodowanie pustych komórek tabel o określonych szerokościach.

Grafiki umieszczane w tle (table>td> lub tr>) mogą być niepoprawnie wyświetlane w niektórych programach pocztowych.

Do każdego mailingu należy przesłać dane:

- nadawca,
- temat,
- adresy do testów.