

Od 1.9.2008 vstúpili do platnosti Pravidlá pre internetovú reklamu, ktoré členská schôdza odsúhlasila za záväzné pre všetkých členov AIM, a ktorých porušovaním člen AIM porušuje stanovy. Tieto pravidlá budú aj súčasťou obchodných podmienok členov AIM.

PRAVIDLÁ INTERNETOVEJ REKLAMY

1. MOŽNOSŤ ZATVORENIA REKLAMNÝCH FORMÁTOV, UKONČENIA REKLAMY

- a) reklama, ktorá bráni používateľovi v nerušenom používaní stránky, vrátane všetkých formátov nad obsahom stránky (layer), musí obsahovať zatvárací prvok v pravom hornom rohu,
- b) toto ovládanie musí byť k dispozícii na každom snímku animácie,
- c) zatvárací prvok musí byť v pravom hornom rohu, musí byť zreteľne viditeľné s prihliadnutím aj na pozadie stránky, na ktorej sa zobrazuje,
- d) zatvárací prvok musí obsahovať „X“ alebo text „zatvoriť“ alebo text „close“ písmom veľkosti minimálne 11pt.

2. PRAVIDLÁ PRE VIDEO REKLAMU *„Jednoznačné ovládanie videa dáva používateľovi možnosť voľby.“*

Každá video reklama, vrátane zobrazení nad obsahom stránky (layer), musí obsahovať sadu štandardných ovládacích prvkov, vrátane STOP, PLAY, PAUSE, ktoré:

- a) dávajú používateľovi väčší komfort a demonštrujú, že zadávateľ rešpektuje používateľa - dáva mu možnosť kontroly a interaktivity,
- b) musia byť dostupné na každom snímku animácie,
- c) musia byť zreteľne viditeľné za všetkých okolností, s prihliadnutím aj na pozadie stránky, na ktorej sa zobrazuje,
- d) musia byť na mieste, kde ich užívateľ intuitívne očakáva,

3. PRAVIDLÁ PRE ZVUKOVÉ BANNERY

- a) Každá reklama, ktorá obsahuje zvukovú stopu, vrátane pozícií prekrývajúcich obsah stránky a rich media formy, musí obsahovať štandardné ovládanie, vrátane vypnutia a zapnutia zvuku (používateľ, ktorý má takúto možnosť voľby, bude pravdepodobne reagovať na reklamu pozitívne a zároveň si uvedomuje, že inzerent rešpektuje jeho vnímanie reklamy),
- b) vyššie spomenuté ovládanie musí byť k dispozícii na každom snímku animácie,
- c) ovládacie prvky musia byť jasne viditeľné za všetkých okolností, s prihliadnutím aj na pozadie stránky, na ktorej sa zobrazuje,
- d) ovládacie prvky musia byť na mieste, kde ich užívateľ intuitívne očakáva, v duchu ostatných odporúčaní.

4. ZVUK MUSÍ BYŤ INICIOVANÝ SAMOTNÝM POUŽÍVATEĽOM

- a) pokiaľ reklama obsahuje zvuk, musí sa spustiť až po užívateľovej interakcii, s výnimkou prípadu, že je súčasťou inej zvukovej stopy, vedome spustenej používateľom,
- b) používateľom iniciované prehrávanie je kľúčové pri prehrávaní zvuku jednak kvôli agresívnosti a možnosti, že už je prehrávaný iný zvuk v rovnakom čase.