Nouvelle recommandation du BVP relative à la publicité sur internet

En collaboration avec les professionnels de l'internet, le BVP a adopté de nouvelles règles déontologiques pour la publicité sur internet dont le champ d'application englobe l'internet stricto sensu et tout ce qui repose sur l'utilisation de protocoles internet, ainsi que toutes les formes de publicité : formats classiques (bannières, skyscrapers, pop-up?) et autres modes tels que les liens promotionnels, forums sponsorisés, l'e-mailing le SMS et le MMS publicitaires, etc.Reposant sur une démarche volontariste d'autodiscipline, cette charte prévoit que les annonceurs doivent s'assurer que toute publicité est clairement identifiée. Les liens sponsorisés doivent être particulièrement signalés afin de permettre leur distinction avec d'autres types d'insertion, de même les e-mails professionnels doivent être identifiables sans que les destinataires n'aient à ouvrir le message. Tout émetteur d'un message publicitaire doit être clairement identifiable, enfin les annonceurs doivent veiller au confort de navigation des internautes en limitant le recours aux formats intrusifs (pop-up, publicité en flash?).