

# media e pubblicità



## Incontri Cinquant'anni di Autodisciplina, IAP festeggia e poi rilancia

Le celebrazioni a Milano, tra nuovi risvolti digital, ospiti d'eccezione e i numeri dello scorso anno



di **Davide Sechi**

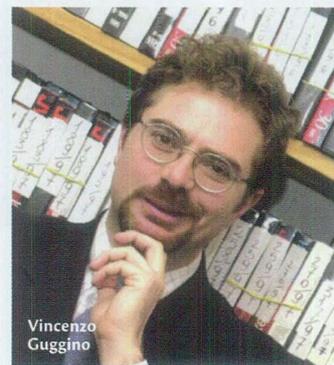
**E** sono 50. Cinquant'anni di Autodisciplina, tra libertà di espressione e responsabilità sociale. IAP li ha celebrati a Milano, all'interno di una conferenza a cui lavori sono stati aperti dal presidente Mario Barbuto, che ha sottolineato come in questo arco di tempo il valore giuridico dello IAP si sia consolidato, costruendo una cornice normativa riconosciuta anche dallo Stato e idonea ad affrontare l'evoluzione della comunicazione commerciale. Nel ripercorrere le varie tappe storiche dell'associazione, il segretario generale, Vincenzo Guggino, ha parlato delle nuove sfide che riguardano il futuro digital della pubblicità. L'Istituto le affronta da alcuni anni e proprio di recente ha esteso la propria competenza alla "pubblicità comportamentale" - gli OBA - e ha realizzato una digital chart, che mappa le diverse forme di comunicazione digitale, mettendo in evidenza gli strumenti adottati per renderla trasparente (tutto a questo indirizzo: [www.iap.it/digital-chart/](http://www.iap.it/digital-chart/)).

**Ospiti, confronti serrati e un'anteprima televisiva**

Lo scrittore Roberto Cotroneo ha poi affrontato con diversi ospiti tre temi legati al mondo della pubblicità: le opportunità e le criticità del web e della comunicazione digitale con Mario Calderini, evidenziando come l'autoregolamentazione possa essere sinergica con le sensibilità che emergono dalla rete e dai social. La relazione tra pubblicità e costume è stata affrontata da due sociologi della comunicazione, Vanni Codeluppi e Ariela Mortara, che hanno mostrato l'evoluzione del linguaggio pubblicitario e la sua capacità di concorrere a costruire l'identità e l'immaginario sociale, riflettendo nel contempo su come il rispetto dei canoni di correttezza fissati dalle regole autodisciplinari abbia inciso su questo processo. Infine con il regista Alessandro D'Alatri si è discusso del rapporto tra creatività e rispetto delle "regole" e come l'Autodisciplina può concorrere a diffondere una corretta cultura del comunicare. Sul finire c'è stata la proiezione di un'anteprima, un estratto del documentario "50 anni di pubblicità con giudizio", incentrato sull'evoluzione della comunicazione commerciale negli ultimi cinquant'anni e il ruolo svolto dall'Istituto nel favorire una comunicazione responsabile. La versione integrale è stata trasmessa su Sky Arte, alle ore 19.00.

**L'attività 2015, ecco cosa è accaduto**

Nel corso del 2015, il Comitato di controllo ha trattato 897 casi, rispetto agli 882 dell'anno precedente. Quelli risolti in via breve sono stati 656, mentre i pareri preventivi sono cresciuti raggiungendo quota 142. In aumento anche le ingiunzioni di desistenza, passate da 63 a 84, sono invece in diminuzione le istanze dei Giurì, passate da 17 a 15. Le aree merceologiche maggiormente interessate dai provvedimenti pongono al primo posto la macro area relativa alla cura della persona (56,3%), seguita dal settore del commercio (attestato al 9,4%).



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato