

Norme Web marketing: in un video quello che c'è da sapere sulla Digital Chart IAP

Nuova iniziativa dell'Autodisciplina pubblicitaria sulla tematica della trasparenza digitale



Com'è noto, l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria riunisce da più di 50 anni gli operatori della comunicazione commerciale fissando le regole per valorizzare le buone pratiche della comunicazione commerciale, ovvero cancellare la pubblicità "cattiva" e difendere quella "buona". Queste regole riguardano anche la comunicazione commerciale digitale e tutte le nuove forme di pubblicità online. Come, l'endorsement, ov-

vero il coinvolgimento di influencer, blogger, celebrity per accreditare i prodotti e aumentarne l'apprezzamento da parte dei consumatori.

COLLABORAZIONI DI NATURA COMMERCIALE

Se un influencer, un blogger, una celebrity ha una collaborazione di natura commerciale con un'azienda, cioè ha ricevuto un compenso o un regalo, per diffondere post

sui blog o sui social media a favore di quella azienda, questa collaborazione deve essere resa nota al pubblico seguendo le indicazioni contenute nella Digital Chart IAP, varata nel giugno 2016 e aggiornata nel giugno 2017.

UN'INFOGRAFICA SPIEGA TUTTO

Al fine di incrementare la conoscenza della Digital Chart da parte del pubblico e degli operatori, l'Istituto ha prodotto un'infogra-

fica che in modo sintetico e chiaro illustra il fine di queste linee guida autodisciplinari, invitando a una loro consultazione più approfondita online (<http://www.iap.it/2017/07/video-digital-chart-iap/>).

RENDERSI RICONOSCIBILI

Peraltro è di pochi giorni fa la notizia di una presa di posizione dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato nei confronti di alcune comunicazioni web che non evidenziavano la loro natura promozionale. Questa iniziativa dell'AGCM, che segue la scia regolamentare inaugurata dall'Autodisciplina pubblicitaria, rende ancor più cruciale il ruolo della Digital Chart IAP. Infatti, se da un lato l'Autorità Garante ha inteso sollecitare genericamente i vari operatori a rendere trasparenti la loro comunicazione, dall'altro, la Digital Chart

fornisce in modo analitico le modalità da adottare per ciascuna forma di comunicazione commerciale digitale al fine di renderla efficacemente riconoscibile da parte del pubblico.

FARE SISTEMA PER REGOLARE

Il presidente IAP, Mario Barbuto, ha dichiarato: "Considerata la vastità di internet, è possibile contenere e regolare il fenomeno della pubblicità non riconoscibile solo a condizione che si faccia sistema: Autodisciplina, Antitrust, Agcom, aziende e associazioni di consumatori. Bisogna fare riferimento a un corpo di regole e iniziative condivise, in maniera tale che gli operatori e i consumatori sappiano con chiarezza quale sia la strada da seguire, strada che, a nostro avviso, la nostra Digital Chart ha cominciato a indicare con chiarezza".

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

