

IAP ancora insieme al garante per l'infanzia e l'adolescenza

«Un passo importante per una maggiore tutela del minore, in linea con la Convenzione ONU che impone il rispetto della sua dignità e stabilisce che il suo interesse debba avere la priorità in qualunque iniziativa o decisione, pubblica o privata, che lo riguardi. Con questa firma ci impegniamo a rendere ancora più responsabili tutti i soggetti che operano nella comunicazione e a sensibilizzare gli operatori ad una maggiore attenzione alla pubblicità sia quando è rivolta ai bambini, sia quando questi possono riceverla o esserne protagonisti». Così ha dichiarato la garante nazionale per l'infanzia e l'adolescenza, Filomena Albano, al momento del rinnovo del Protocollo che vedrà una collaborazione tra l'Autorità e l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria. Il presidente IAP Mario Barbuto ha aggiunto: «Il rinnovo del Protocollo ci riempie di soddisfazione perché si inserisce in un nostro percorso di proposta, intrapreso da alcuni anni, di forme di co-regulation con le Authority».

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

The screenshot shows the Pubbli website interface. At the top, there's a navigation bar with the Pubbli logo and a search bar. Below the navigation, there are several news articles with headlines and small images. The articles include topics like 'Napoli e le sue eccellenze nello spot di Descriptum per le capsule Kinole Espresso', 'Imprenditori, attori e chef scelgono Adella', and 'The Direct lancia "Ready to bank" con GEM'. At the bottom of the screenshot, there's a banner for DMA (Data Marketing Association) with the text 'DATI ALLA MANO. LA TUA CAMPAGNA HA FATTO STRADA. ORA RAGGIUNGI L'AWARD' and the DMA logo.