

## **La Camera di Commercio Internazionale (ICC) presenta il Nuovo Codice di autodisciplina in materia di pubblicità e marketing**

*Un punto di riferimento sulle best practice del mondo della comunicazione*

Roma, 15 settembre 2011 - La Camera di Commercio Internazionale (ICC) ha una lunga tradizione e *leadership* in materia di autoregolamentazione nelle pratiche commerciali attraverso la standardizzazione e la codificazione di norme, prassi, modelli che, accettati universalmente, disciplinano in modo organico e univoco procedure altrimenti difformi da Paese a Paese.

**Fu proprio la ICC a realizzare il primo Codice internazionale di Pratica Pubblicitaria.** Era il 1937 e a quel codice si sono ispirati la maggior parte dei testi sviluppatasi in seguito nel mondo, tra cui il primo Codice italiano dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria che risale al 1966.

Da allora si sono succedute numerose revisioni per mantenere il passo con l'evoluzione dei sistemi di comunicazione e l'avvento delle nuove tecnologie, ma il Codice ICC continua a rimanere il punto di riferimento per aggiornare e armonizzare le *best practice* a livello mondiale in materia di marketing e pubblicità, che si riflettono poi nei vari codici nazionali esistenti o in fase di realizzazione.

**Questa nuova versione del Codice ICC – la nona dal 1937 – riflette la prassi corrente e anticipa futuri sviluppi coprendo la maggior parte delle principali tematiche del marketing odierno:** privacy e comunicazioni rivolte ai minori, comunicazioni ambientali, sponsorizzazioni, promozioni di vendite, marketing diretto, uso dei media digitali interattivi e pubblicità comportamentale.

I principi etici su cui da sempre il Codice ICC si basa sono: trasparenza, onestà, rispetto della dignità umana, decenza, protezione dell'infanzia, rispetto della privacy e dei dati personali.

**Tra le novità di questa edizione vi sono le disposizioni in materia di *Online Behavioural Advertising* (OBA), relative alla pubblicità su Internet “mirata” attraverso la raccolta di informazioni personali sulle preferenze dell'utente durante le sue navigazioni.**

Per la prima volta, quindi, il Codice ICC individua le responsabilità degli operatori del web che identificano precisi target pubblicitari attraverso il comportamento on-line degli internauti, il tutto a favore di una maggior tutela degli utenti rispetto a questo tipo di pubblicità.

Il Codice infatti prevede: trasparenza da parte degli operatori di pubblicità on-line, possibilità di scelta da parte degli utenti se accettare o disabilitare la funzione, successivo controllo da parte degli utenti sulle informazioni sensibili raccolte, responsabilità degli operatori di pubblicità on-line.



Il nuovo Codice ICC è quindi particolarmente rivolto ai nuovi attori del mercato tecnologico, inclusi operatori di telefonia mobile, motori di ricerca, sviluppatori di applicazioni, aggregatori di informazioni.

La ICC ha lanciato in contemporanea un sito web [www.codescentre.com](http://www.codescentre.com) dedicato al nuovo Codice per renderlo accessibile a tutti e raccogliere informazioni ed esperienze nel mondo.

### **Presentazione della ICC**

*La International Chamber of Commerce (ICC) è l'Organizzazione mondiale delle imprese, l'unica associazione internazionale che rappresenta sul piano globale il punto di vista delle imprese di ogni settore. La ICC promuove la creazione di un sistema di libero scambio ed investimenti a livello globale. Essa nasce ufficialmente nel 1919 per volontà di un ristretto numero di imprenditori e leader di impresa, nel convincimento che il commercio fosse un potente strumento di unione e prosperità. Ai primi cinque Comitati nazionali fondatori, fra cui l'Italia, se ne aggiunsero progressivamente altri, fino a raggiungere il loro numero attuale di 90. Nel complesso l'Organizzazione è presente in oltre 120 Paesi.*