

Mantere elevati gli standard etici globali di marketing: l'appello di ICC

Parigi/New York, 19 September 2024 – **La Camera di commercio internazionale (ICC), la più grande associazione imprenditoriale del mondo, ha lanciato un appello rivolto a operatori pubblicitari e del marketing affinché si facciano promotori di standard etici solidi, per far fronte alle molteplici perturbazioni e alle potenziali sfide poste all'autoregolamentazione del settore.**

L'appello giunge oggi, giorno in cui ICC pubblica l'11a edizione del suo Codice di Pubblicità e Marketing, spina dorsale dell'autoregolamentazione pubblicitaria globale per oltre 85 anni.

In un momento in cui una serie di fattori sconvolgono e rimodellano il mercato pubblicitario – dall'ascesa dell'intelligenza artificiale nelle comunicazioni di marketing alla crescita dell'influencer marketing e alla crescente importanza delle questioni climatiche – ICC sottolinea l'importanza per tutti gli addetti del settore di sostenere l'adozione diffusa di standard etici fondamentali volti a rafforzare la fiducia tra consumatori e decisori politici.

Il Segretario Generale di ICC, John W.H. Denton AO ha dichiarato: **“Quando pubblicammo il Codice ICC per la prima volta nel 1937, non esistevano né la TV né Internet, eppure l'obiettivo resta lo stesso: assicurare comunicazioni e pratiche legali corrette, responsabili e affidabili per la tutela dei consumatori.**

“In un periodo di sconvolgimenti globali importanti, è fondamentale disporre di solidi standard pubblicitari”

“Con questa ambiziosa revisione del Codice ICC, vogliamo alzare l'asticella delle pratiche pubblicitarie e di marketing, e mettere tutti gli operatori del settore in posizione di sostenerle. Dobbiamo sostenere gli standard e mostrare il valore continuo, l'utilità e la reattività dell'autoregolamentazione.”

Prima revisione completa del Codice ICC in dieci anni, basata su oltre un anno di consultazioni con esperti del settore, il nuovo Codice prende in considerazione una serie di tematiche quali sostenibilità, intelligenza artificiale e market influencers. L'aggiornamento include, inoltre, disposizioni chiare in materia di marketing rivolto a bambini e adolescenti.

Le nuove principali funzionalità includono:

- nuove linee guida sull'uso di algoritmi e intelligenza artificiale nella preparazione e nella distribuzione delle comunicazioni di marketing
- incoraggiare gli advertisers ad essere consapevoli della diversità e dell'importanza di evitare stereotipi di oggettivazione
- disposizioni chiare sui market influencers e sulla responsabilità degli influencer e dei creatori di contenuti
- standard aggiornati per i green claims
- regole chiare riguardanti bambini, adolescenti e minori.

Il nuovo Codice ICC è supportato da una campagna globale che vuole coinvolgere gli attori dell'ecosistema del marketing e della pubblicità attraverso risorse video, social media e web per sottolineare l'importanza del rispetto degli standard.

John Denton ha aggiunto: **"La la maggior parte delle imprese del nostro network incorpora già standard etici elevati nelle loro attività di pubblicità e marketing. Ma bisogna far attenzione a quella minoranza che ancora non sa ciò che è ammesso e ciò che non lo è.**

"Per questo vogliamo utilizzare il nuovo Codice quale strumento per creare una consapevolezza più ampia, in stretta collaborazione con le imprese e gli organismi di autoregolamentazione. Il Codice ICC non rappresenta soltanto la spina dorsale dell'autoregolamentazione a livello globale, ma vuole essere il punto di riferimento per tutti gli operatori del settore, rafforzando fiducia nei modelli di autoregolamentazione."

=====

Informazioni sulla International Chamber of Commerce - ICC

ICC è la più grande organizzazione mondiale DELLE IMPRESE. Rappresenta e collega oltre 45 milioni di imprese in più di 170 Paesi. Tra gli Associati vi sono molte aziende leader a livello mondiale, PMI, Associazioni di categoria e Camere di Commercio.

La missione di ICC è quella di promuovere un sistema aperto di commercio e investimenti internazionali, una gestione aziendale responsabile e un approccio globale alla regolamentazione, supportando professionisti e imprese di ogni settore e dimensione nell'affrontare le sfide e cogliere le opportunità offerte dalla globalizzazione.

Media contact:

Randa EL TAHAWY

PR & Communications
Officer

randa.eltahawy@iccwbo.org

M: +33 6 45 12 82 62

Flavia VELLETRI

Content & Communications
Officer

flavia.velletri@iccitalia.org

T : +39 06 4203431

Carlo BOZZO

Digital & Communications
Officer

carlo.bozzo@iccitalia.org

M : + 39 347 10 68 528