

L'Autodisciplina Pubblicitaria, ovvero l'approccio di soft-law in grado di adeguare regole e decodifica dei messaggi in funzione dell'evoluzione del sentire sociale, della tecnologia e dei format della comunicazione commerciale.

Se ne analizzeranno ruolo e funzioni, e il regolamento Digital Chart, testo di autodisciplina delineato da IAP per la comunicazione digitale e l'influencer marketing. Focus sui principi chiave di trasparenza e riconoscibilità, oltre i consueti canoni di non ingannevolezza, per il Branded Content & Entertainment.