

# 22 INFLUENCER MARKETING

powered by UPA

Vincenzo Guggino, Segretario Generale IAP

BUZZOOLE

CONTENT  
GARAGE

FORTYDEGREES

Google

groupm

INFLUENCER

MONDADORI  
MEDIA

Openinfluence

REALIZE  
NETWORKS

SENSEMAKERS  
MINDS & DATA

telesia

TERRITORY  
INFLUENCE

toluna\*

# Chi riconosce il Codice di Autodisciplina

## AZIENDE



## AGENZIE



## STAMPA



## CONCESSIONARIE



## AZIENDE DI SETTORE



## ISTITUZIONI



## TELEVISIONI E RADIO



## AFFISSIONI



## WEB



# Influencer marketing

2016  
giugno

## **DIGITAL CHART** **Nuova sezione del sito**

Panoramica delle più diffuse forme di comunicazione commerciale in rete. Tema principale: la riconoscibilità dei contenuti promozionali

2017  
luglio

## **DIGITAL CHART** **Linee guida**

Linee guida su come rendere trasparenti i diversi contenuti online

2017  
luglio

## **AGCM** **Pubblicità deve essere sempre trasparente**

«Moral suasion» nei confronti di vari influencer per rendere i contenuti promozionali chiaramente riconoscibili

2018  
agosto

## **AGCM** **Moral suasion anche per i micro influencer**

Vista la positiva risposta alla richiesta di rendere trasparenti le pubblicità, grazie a una idonea segnaletica, ha rivolto la propria attenzione anche ai micro influencer

# Influencer marketing

2019  
aprile

## Regolamento Digital Chart

La Digital Chart entra a pieno titolo nel codice di Autodisciplina.

### ***Art. 7 - identificazione della natura commerciale***

La comunicazione commerciale deve sempre essere riconoscibile come tale.

Nei mezzi e nelle forme di comunicazione commerciale in cui vengono diffusi contenuti e informazioni di altro genere, la comunicazione commerciale deve essere nettamente distinta per mezzo di idonei accorgimenti.

**Per quanto riguarda alcune forme di comunicazione commerciale diffuse attraverso internet, i principali idonei accorgimenti sono indicati nel Regolamento Digital Chart.**

[VAI A ARCHIVIO DECISIONI](#) →



### Premessa

- La Comunicazione commerciale digitale
- Obiettivo della Digital Chart

[SCOPRI DI PIÙ SU PREMESSA](#) >



### Endorsement

- Celebrity – Influencer – Blogger
- Vlogger
- User generated content

[SCOPRI DI PIÙ SU ENDORSEMENT](#) >



### Native Advertising

- In-Feed Units
- Paid Search Units
- Recommendation Widgets

[SCOPRI DI PIÙ SU NATIVE ADVERTISING](#) >



### Social Network & Content Sharing

I social network si caratterizzano per la condivisione di elementi testuali e multimediali. Tra i principali social network: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, Google+, Flickr, ecc.

[SCOPRI DI PIÙ SU SOCIAL NETWORK & CONTENT SHARING](#) >



### In App Advertising

[SCOPRI DI PIÙ SU IN APP ADVERTISING](#) >



### Advergame

[SCOPRI DI PIÙ SU ADVERGAME](#) >



### Linee guida all'estero

[SCOPRI DI PIÙ SU LINEE GUIDA ALL'ESTERO](#) >



### Testi di Riferimento

[SCOPRI DI PIÙ SU TESTI DI RIFERIMENTO](#) >



### Regolamento Digital Chart

Scarica la versione stampabile (PDF)

[SCOPRI DI PIÙ SU REGOLAMENTO DIGITAL CHART](#) >



### Digital Chart: infografica

[SCOPRI DI PIÙ SU DIGITAL CHART: INFOGRAFICA](#) >



### Digital Chart Regulations

Download printable version (PDF)

[SCOPRI DI PIÙ SU DIGITAL CHART REGULATIONS](#) >

# Alcuni dati

## Casi esaminati dal Giurì e dal Comitato di controllo relativi alla Digital Chart

Nel **2019** sono stati esaminati **216** messaggi, il 58% è risultato conforme alle disposizioni della Digital Chart.

Nel **2020** sono stati esaminati **251** messaggi, il 79% è risultato conforme alle disposizioni della Digital Chart.

Nel **2021** sono stati esaminati **136** messaggi, l'80% è risultato conforme alle disposizioni della Digital Chart.

## Dati dell'Osservatorio sull'Influencer Marketing di Buzzoole sui post che hanno utilizzato gli hashtag della trasparenza

Nel **2020** sono stati rinvenuti **186.700** contenuti

Nel **2021** sono stati rinvenuti **426.233** contenuti