

EDITORIALE



Vecchia e nuova
pubblicità

di
**MASSIMILIANO
DONA**



@MASSIDONA

C'era una volta la **pubblicità ingannevole**... "c'era", purtroppo, non perché adesso gli *spot* siano tutti più trasparenti, ma semplicemente perché si è allargato il raggio di azione attraverso il quale le aziende si rivolgono ai consumatori ed è più corretto parlare di **marketing ingannevole!**

Del resto, se un tempo la *réclame* giungeva nelle nostre case principalmente attraverso la **televisione**, oggi grazie alla tecnologia si insinua in qualsiasi spazio della quotidianità, offrendo contenuti *ad hoc* a seconda dei gusti e delle abitudini di acquisto. È l'evoluzione commerciale del "grande fratello" che comporta la **profilazione degli utenti** e la **personalizzazione delle offerte commerciali**.

Così, possiamo dire che se fino a qualche tempo fa, forse, era più semplice riconoscere l'**ingannevolezza** di uno *spot*, oggi si fa difficile persino individuare la pubblicità: nel momento in cui il **testimonial** è la ragazza della porta accanto (o così vorrebbero farci credere visto che ha milioni di seguaci *online*) la distanza tra **reale, finzione** (e in alcuni casi **fake**) è sempre più sottile.

"La pubblicità deve essere chiaramente riconoscibile come tale", dice la legge, eppure sui **social** regna l'anarchia con **prodotti sponsorizzati** senza alcuna avvertenza. Si chiama **influencer marketing** e noi di UNC siamo impegnati da mesi per una regolamentazione del settore: proprio nelle scorse settimane abbiamo denunciato i principali **influencer** per alcuni *post* di tisane e simili in cui non compare l'*hashtag* **#ad** (come prevedrebbero le indicazioni dell'Antitrust e dello IAP).

Del tema se ne è parlato a "**Cose da non credere**", l'evento di *network* che ogni anno organizziamo nel mese di maggio al quale hanno partecipato istituzioni, aziende ed esperti del settore. La pubblicità come "**cosa da non credere**"? Sembrerebbe così, se pensiamo alle continue condanne a carico di aziende (anche di nome) nel settore del *food*, della telefonia, dell'energia.