

Normative e leggi specifiche per la pubblicità online

Il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale dello IAP prevede dall'art. 9 all'art. 16 i criteri di liceità della comunicazione commerciale, i legati a decenza, moralità, ambiente, salute, bambini, che si applicano a tutte le forme pubblicitarie, non prettamente solo a quelle online.

L'articolo 16 in più afferma che una pubblicità adeguata per un mezzo possa eventualmente essere ritenuta inadeguata su altri.

Alcolici

L'articolo 22 del Codice di Autodisciplina riporta previsioni specifiche per la pubblicità di questo settore.

Gaming/gambling/betting

Per il gioco regolato dai monopoli dello stato (AAMS) fino a poco tempo fa la normativa si limitava a sanzionare, anche penalmente, qualsivoglia tipologia di promozione di siti di betting/gaming/gambling che non avessero l'autorizzazione dall'AAMS (art. 4 comma II della Legge 13 dicembre 1989, n. 401).

Dal 1° gennaio 2013 è in vigore la circolare AAMS del 20 dicembre 2012 con riferimento al decreto-legge 158 del 13 settembre 2012 che introduce nuovi obblighi per la pubblicità del gioco descritti nella parte di "Premessa" e nell'articolo 2.1 in particolar modo comma c) che fa specifico riferimento a internet.

L'art. 2.2 del documento inoltre si riferisce specificatamente a ciò che deve essere pubblicato sui siti internet delle concessionarie di gioco e non solo all'adv.

L'articolo 28ter del Codice di Autodisciplina riporta previsioni specifiche per la pubblicità di giochi con vincite in denaro.

Si segnala inoltre che molti siti internet si sono creati un loro codice di autoregolamentazione autonomo dove mutuano regole che si applicano agli altri media.

Pubblicità politica

Non vige in Italia una normativa specifica sulla comunicazione politica via internet.

La regolamentazione della comunicazione politica può essere descritta dall'Art. 7 del TU Radiotelevisivo che parla di servizio media audiovisivo (lineare o non lineare) il che significa che in teoria l'art. 7 si applica alle web tv ed alle realtà che offrono palinsesti non lineari (on demand) in particolare il comma 1).

Ci sono inoltre le seguenti norme generali che si applicano alla comunicazione politica generale ma non riferite alla specifica comunicazione online:

- legge 22 febbraio 2000, n. 28, recante "Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica", come modificata dalla legge 6 novembre 2003, n. 313;
- legge 6 novembre 2003, n. 313, recante "Disposizioni per l'attuazione del principio del pluralismo nella programmazione delle emittenti radiofoniche e televisive locali";
- decreto del Ministro delle comunicazioni 8 aprile 2004, che emana il Codice di autoregolamentazione ai sensi della legge 6 novembre 2003, n. 313;
- per quanto riguarda l'invio di pubblicità elettorale e/o politica sia via email che via sms è necessario un consenso privacy a parte separato da quello per il marketing.

Testi di legge

[Codice dell'Autodisciplina della Comunicazione Commerciale - ultima versione aggiornata](#)

[Testo Unico radiotelevisivo, Dlgs 177/05](#)

[Circolare dei Monopoli di Stato sulla pubblicità in materia di giochi e formule di avvertimento](#)