

Digital chart, seconda parte: criteri per un marketing digitale corretto

Giovedì 26 Luglio 2018

Prosegue, con questa seconda parte, l'analisi di altre forme di comunicazione commerciale digitale fornite dalla [digital chart](#), pubblicata sul sito dell'IAP (Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria). L'argomento è stato introdotto con il [focus on](#) pubblicato su Iusgate il 12 luglio 2018.

Native Advertising: si sviluppa con l'obiettivo di immergere il messaggio pubblicitario in un determinato contesto, attraverso contenuti che assumono le sembianze di quelli originari ("nativi" appunto) della piattaforma che li ospita, per catturare l'interesse del pubblico. Un tipico esempio di native advertising è rappresentato dall'inserimento di una pubblicità di scarpe da calcio all'interno di un articolo che parla di una partita o di un calciatore.

Tra le varie tipologie di native advertising, le più comuni e diffuse sulla Rete sono: le **in-feed units**, le **paid search units**, i **recommendation widgets**.

Tutti i contenuti diffusi tramite il native advertising sono soggetti alle previsioni del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale ("C.A").

Social network e content Sharing: si caratterizzano per la condivisione di elementi testuali e multimediali (ad esempio video, fotografie, musica) tra gli iscritti a una determinata "community" attraverso la creazione di profili personali.

Anche i contenuti pubblicitari veicolati tramite i social network (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube) e i siti di content sharing devono rispettare le norme del C.A.

In App Advertising: è una forma di comunicazione commerciale nella quale il messaggio pubblicitario diventa parte di una app. A fronte di un accordo tra lo sviluppatore dell'app e l'inserzionista, lo sviluppatore inserisce all'interno dell'app un codice che consente, quando l'app viene utilizzata dall'utente, l'invio di contenuti pubblicitari al *device* dell'utente.

Le più comuni app advertising sono: le *Banner Ads*, le *Interstitial /fullscreen Ads*, le *Advanced Overlay Ads*, ecc.

Nel prossimo focus on approfondiremo l'Advergame, altra modalità di comunicazione commerciale digitale oggetto dell'attenzione del C.A.