

## Publireddazionale: quando è lecito?

Di Cristina Romano

Venerdì 01 Febbraio 2013 11:21 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 15:07

---



La scelta di concludere un contratto per la realizzazione di un redazionale pubblicitario non sempre è accompagnata dalla consapevolezza delle criticità che caratterizzano tale forma promozionale e della necessità di adottare opportuni accorgimenti sia in sede contrattuale sia in sede esecutiva.

Peculiarità dei redazionali pubblicitari è infatti la promozione di un brand, un prodotto o un servizio in un contesto tipicamente editoriale: si pensi ad un articolo giornalistico o ad un blog. In sostanza si tratta di un vero e proprio “travestimento”: la comunicazione commerciale si traveste da comunicazione “informativa”, sicché il contenuto pubblicitario ed il contenuto editoriale tendono a fondersi sino a diventare, talvolta, un unicum non scindibile.

Ma è proprio questa caratteristica del publiredazionale che fa scattare l’allarme.

Una forma promozionale che si confonde con il contenuto editoriale contrasta, evidentemente, con le norme che impongono, sia a livello <https://pornmobile.online> legislativo che regolamentare, la riconoscibilità e la trasparenza delle comunicazioni commerciali, ponendosi, dunque, ai confini della pubblicità occulta. Ed il rischio di illiceità appare tanto più alto quanto più la comunicazione promozionale appare non distinguibile dal contesto editoriale in cui è inserita; ossia quanto più l’elogio del brand, del prodotto o del servizio appare frutto dell’opinione e dei gusti del blogger o del giornalista.

Pertanto affinché il publiredazionale sia lecito occorre che, ferme restando le peculiarità di tale forma promozionale, il pubblico sia messo in condizione di percepire il carattere promozionale delle informazioni ricevute, mediante l’impiego di idonei accorgimenti di carattere stilistico e grafico.

## **Publireddazionale: quando è lecito?**

Di Cristina Romano

Venerdì 01 Febbraio 2013 11:21 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 15:07

---

E di tali misure si dovrà, ovviamente, tenere conto nella stesura del regolamento contrattuale tra impresa committente ed editore. È chiaro, infatti, che se i redazionali pubblicitari sono ai limiti dell'illecito, i contratti sottostanti rischiano di essere nulli per contrarietà alle norme di legge e, segnatamente, per violazione del divieto di pubblicità occulta.