



Il rispetto di questi principi garantisce che la fiducia dei consumatori non venga abusata, anche se questi ultimi mancano di esperienza o d'informazioni. In concreto, si tratta di valutare minuziosamente ogni caso e di rispettare i contenuti pubblicitari innovativi che divertono o che si riferiscono all'attualità.

Le raccomandazioni di ICC in materia di pubblicità tendono a coprire tutte le pratiche contemplate a livello mondiale. Occorre inoltre evitare che le regole vengano aggirate. Queste ultime sono elaborate da esperti nell'ambito della Commissione marketing e pubblicità di ICC. Gli esperti svizzeri di questa commissione sono nominati dal comitato nazionale svizzero, ICC Switzerland, di cui l'economiesuisse garantisce il segretariato. Le raccomandazioni di ICC possono essere richieste al segretariato. Le raccomandazioni servono anche da riferimento alla Commissione svizzera per la lealtà, un'istituzione neutra e indipendente abilitata ad intervenire in presenza di pubblicità sleale.

[Guida ICC sul "Native advertising" \(in inglese\)](#)

[ICC Switzerland](#)

[Commissione per la lealtà](#)