L'Associazione Italiana Travel Blogger propone più trasparenza sui contenuti sponsorizzati

L'**Aitb**, Associazione Italiana Travel Blogger (AITB) ha ampliato la portata del suo codice etico pubblicando un documento di autoregolamentazione in materia di collaborazioni esterne.
L'iniziativa ha lo scopo di garantire una comunicazione etica che distingua, con estrema chiarezza, la natura di eventuali collaborazioni esterne retribuite dei blogger.
Oggi infatti la norma di evidenziare contenuti a carattere pubblicitario in Italia riguarda solo i giornalisti, mentre nei blog può capitare che i **contenuti sponsorizzati** non siano evidenziati in maniera adeguata.
Considerando impellente il bisogno di fare chiarezza, e in attesa che la lacuna venga colmata a livello normativo, AITB ha elaborato il documento di autoregolamentazione già entrato in vigore e che prevede 6 casistiche da segnalare esplicitamente:
1. la pubblicazione di un contenuto o di un link su richiesta di un Ente/Azienda;
2. la pubblicazione di un post interamente scritto da un Ente/Azienda;
3. la partecipazione ai blogtour e i viaggi sponsorizzati;
4. i test di prodotto;
5. le affiliazioni;
6. le sponsorizzazioni social.

Non rientra in questa casistica il caso di inserzioni pubblicitarie (display advertising) essendo queste per loro natura immediatamente riconoscibili.
In questo modo la presenza di eventuali contenuti sponsorizzati non incide sulla qualità degli stessi.
AITB parteciperà a Milano alla **Borsa Internazionale del Turismo**, presso il padiglione (hall) 4 stand F110, dal 2 al 4 aprile. L'associazione sarà presente all'interno dell'area digital (una delle 3 aree tematiche previste oltre ai settori espositivi classici), con uno stand dedicato. Invita inoltre a seguire le tre giornate in diretta sui social sull'hashtag #aitbit.