

ADVERTISING

- [eAdvertising: secondo IAB Europe, la UE pronta al sorpasso sugli USA nel 2011. In Italia cresce la fiducia nei media digitali](#)
- [spesa MONDO pro-capite in eCommerce \(2010\)](#)
- [Luisa Piazza \(SeatPG\) alla guida di EADP su imprese ed eCommerce.](#)
- [dati 2010 dell' Osservatorio permanente contenuti digitali Cresce il consumo di contenuti culturali digitali](#)
- [eCommerce: la Ue stabilisce che usare un sito web non cambia la competenza giurisdizionale di tutela dei consumatori](#)
- [Audiweb Objects per monitorare la multimedialita' in Rete](#)
- [Agcom, servizio gratuito per misurare internet](#)
- [codice di autoregolamentazione Telemarketing](#). Telecom Italia, Vodafone, Wind, H3G, Fastweb, BT Italia, Tiscali, Colt, Brennercom, Welcome, Sky-Telecare, Almaviva Contact, E-Care, Comdata, Visiant hanno sottoscritto il [codice di autoregolamentazione per il telemarketing](#) intitolato “*Norme per la regolamentazione del trattamento dei dati estratti dagli elenchi abbonati per fini di invio di materiale pubblicitario o di vendita diretta o per il compimento di ricerche di mercato o di comunicazione commerciale, mediante l'impiego del telefono*”, [presentato da Stefano Parisi](#)
- [Advertising: la crescita rallenta. Incrementi a due cifre solo per direct mail e internet](#)
- [ITALIA: valore mercato digital consumer \(2010\)](#)
- [Osservatorio Netcomm. Vendite eCommerce italiano in aumento del 14% a 6,5 mld](#)
- [Pubblicità ingannevole: attivato un sito speciale dell'Unione Europea antitruffe](#)
- Guerra europea alla pubblicità su internet [Il Parlamento Ue approva la proposta Juvin per nuove regole su l'advertising online](#) E' stata approvata dalla Commissione Mercato interno del Parlamento europeo la relazione di Philippe Juvin contro le *"tecniche pubblicitarie invadenti*, riguardo l'impatto negativo della pubblicità sul comportamento dei consumatori. Il rapporto Juvin, dunque, esprimeva timori per *"l'uso di routine di behavioural advertising e lo sviluppo di pratiche di pubblicità intrusive"*, come *"terze persone che leggono email private o usano social network e geolocalizzazione per realizzare pubblicità su misura degli interessi dei singoli consumatori"*. Si vuole che l'Unione obblighi gli inserzionisti a indicare in ogni sport online, la frase "pubblicità comportamentale" sviluppi un **sito web** e, sul modello della **Privacy European Seal**, un sistema di etichettatura che certifichi gli standard di protezione dei dati dei siti, così come di un programma di protezione per consumatori vulnerabili, quali possono essere i bambini, e di alfabetizzazione. Ora la relazione Juvin dovrà essere confermata in plenaria e poi passer al vaglio dell'azione effettiva della Commissione
- [Pubblicità. In crescita del 5% in agosto](#)
- Act Value [consumatori consapevoli](#)
- Le previsioni Nielsen sull'andamento dell'advertising per mezzo e settore per il 2010 e il 2011 [Nielsen Economic and Media Outlook](#)
- [Tutti i numeri di Smau in risalita](#)