

31 maggio 2021 8:24

ITALIA: Influencer. Antitrust avvia istruttoria per pubblicità occulta

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato prosegue l'attività di contrasto a forme di pubblicità occulta sui social media con l'avvio di un nuovo procedimento istruttorio nei confronti della società BAT Italia S.p.A. e degli influencer Stefano De Martino, Cecilia Rodriguez e Stefano Sala.

L'Autorità contesta la diffusione sul profilo Instagram di tali influencer, legati da un rapporto commerciale con BAT Italia S.p.A., di post contenenti l'invito ai follower a pubblicare contenuti con tag e hashtag collegati alla campagna pubblicitaria del prodotto Glo Hyper, dispositivo per il tabacco riscaldato prodotto e commercializzato dalla società. L'esortazione di De Martino, Rodriguez e Sala appare volta a moltiplicare su Instagram i post che rinviano al marchio Glo Hyper, in modo da promuovere la visibilità del dispositivo, coerentemente al rapporto commerciale che lega gli influencer al titolare del marchio. L'effetto pubblicitario ottenuto dai professionisti – e derivante dai tag al marchio e dagli hashtag – non è tuttavia riconoscibile nella sua natura commerciale perché non sono presenti avvertenze grafiche o testuali che consentano di identificarne la finalità promozionale. Nella giornata di giovedì, 27 maggio, sono stati eseguiti accertamenti ispettivi nella sede di Bat con l'ausilio del Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza.

L'intervento si inserisce nell'ambito di un filone di indagine che, seguendo le evoluzioni delle tecniche di marketing adottate sui social media, punta a colpire le comunicazioni apparentemente neutrali e disinteressate ma in realtà strumentali a promuovere un prodotto e, come tali, in grado di influenzare le scelte del consumatore.

L'Autorità ha più volte ricordato - nei precedenti interventi istruttori e di moral suasion relativi a varie forme di pubblicità occulta sui social media - che la pubblicità deve essere chiaramente riconoscibile ed ha stabilito che il divieto generale di pubblicità occulta ha portata generale e deve perciò essere applicato anche alle comunicazioni diffuse dagli influencer tramite social network.

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

[La sua forza sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile](#)

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)