

---

## **Commissione Ue: gli influencer online raramente indicano contenuti commerciali e pubblicitari. Da Bruxelles richiamo alla “trasparenza”**

Oggi la Commissione europea e le autorità nazionali per la tutela dei consumatori di 22 Stati membri, Norvegia e Islanda hanno pubblicato i risultati di una serie di post di influencer sui social media. “Dall’indagine è emerso che quasi tutti (97%) di questi influencer hanno pubblicato contenuti commerciali, ma solo uno su cinque ha indicato costantemente che il loro contenuto era pubblicitario”. Lo scopo di questa indagine “era verificare se gli influencer segnalano le loro attività pubblicitarie, come richiesto dalla normativa europea sulla tutela dei consumatori”. Sono stati verificati i post di 576 influencer pubblicati sulle principali piattaforme di social media, specifica un comunicato emesso oggi a Bruxelles. Didier Reynders, commissario alla Giustizia, commenta: “Con il massiccio sviluppo delle piattaforme di social media, la scena degli influencer è diventata un vero e proprio business. Oggi, la maggior parte degli influencer guadagna dai propri post. Tuttavia, i nostri risultati mostrano che non sempre lo segnalano ai loro abbonati”. Gli influencer “hanno una notevole influenza sui propri follower, molti dei quali sono minorenni. Li invito a essere molto più trasparenti con il loro pubblico”.

Gianni Borsa