

31 maggio 2021 9:04

Influencer e pubblicità. Dall'Antitrust alla consapevolezza dei consumatoridi [Vincenzo Donvito](#)

L'Antitrust ha avviato un'attività

istruttoria contro un'azienda che, tramite tre influencer, avrebbe fatto pubblicità ingannevole (1). Aspetteremo i risultati. Occasione per fare uno squarcio su un mondo particolare che arriva a condizionare molta parte della nostra vita.

Vengono in mente alcuni recenti episodi come quello del concerto del primo maggio a Roma e le polemiche/accuse tra l'artista Fedez e la Rai (2). Dove, al di là della ragione o del torto di questo artista nei suoi rapporti con la Rai, va osservato/considerato il messaggio globale che ci è arrivato: un mix tra parole contro l'omofobia e pubblicità di cui siamo più o meno consapevoli.

Niente contro la pubblicità ma, come anche dice l'Antitrust nell'avvio della sua istruttoria di oggi, occorre la consapevolezza da parte del consumatore di trovarsi di fronte ad un messaggio che lo invita ad esser tale. Nella fattispecie di Fedez, tanto si è scritto sul cappellino che portava al concerto con il logo di un'azienda multinazionale. Niente di diverso, per esempio, rispetto ad una partita di calcio in cui i giocatori hanno sulle magliette il logo del proprio sponsor. In entrambi i casi l'attenzione sull'artista e calciatore non è solo sulla sua performance ma anche sul suo abbigliamento, che fa un tutt'uno con la memorizzazione del personaggio e delle sue gesta.

Tutte cose note nel mondo pubblicitario. **La domanda è: noi consumatori ne siamo consapevoli quando poi, per esempio, scegliamo un capo d'abbigliamento o prenotiamo un volo aereo?** Il comportamento indotto e condizionato che ne deriva nel nostro quotidiano, è relativamente proporzionato al business delle aziende sponsor. E difficilmente, noi consumatori, sapremo di aver scelto per necessità o tendenza generale (la moda).

Ecco, quindi, l'importanza dell'Antitrust quando, nell'aprire la propria istruttoria di oggi, pone la necessità di messaggi pubblicitari che siano individuabili in quanto tali. Ma da qui alla nostra consapevolezza di scegliere non seguendo solo il riflesso condizionato... c'è molta strada da fare.

Ci domandiamo quanto di questi comportamenti e di questo marketing siano materia di studio e attenzione scolastica.

NOTE1 - https://www.aduc.it/notizia/influencer+antitrust+condanna+pubblicita+occulta_137995.php2 - https://www.aduc.it/comunicato/rai+fedez+censura+aria+fritta+dei+pro+contro+no+all_32593.php**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>)