

“I FURBETTI DELL’HASHTAG”

Di Lucina Paternesi

Collaborazione di Giulia Sabella

GIULIA TORELLI – INFLUENCER E CLOSET ORGANIZER

Faccio l’influencer e la closet organizer.

LUCINA PATERNESI

Che significa?

GIULIA TORELLI – INFLUENCER E CLOSET ORGANIZER

Che significa che sistemo gli armadi a casa delle persone.

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

In principio c’era solo Chiara Ferragni. In 10 anni la fashion blogger ha spostato il suo business dal suo sito a Instagram, dove oggi conta quasi 18 milioni di followers e Forbes l’ha incoronata l’influencer più importante del mondo.

INSTAGRAM CHIARA FERRAGNI – TRAILER FILM UNPOSTED

Io non volevo diventare famosa, non era questo il mio obiettivo, però volevo fare qualcosa che avesse un senso.

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

Le sue aziende fanno utili per quasi 3 milioni l’anno ma la vera miniera d’oro è Instagram: una sua foto che sponsorizza un brand può costare migliaia di dollari. E su Instagram la Ferragni ci ha messo anche il suo cane, Matilda, più di 300 mila follower. Oggi il social network di proprietà di Mark Zuckerberg è la piattaforma preferita tra i più giovani, il 96% dei ragazzi tra 13 e 18 anni ha un account su Instagram, mentre solo il 53% di loro ce l’ha su Facebook.

MASSIMILIANO DONA – PRESIDENTE UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

Oggi si fa influencer marketing davvero su tutto, si pubblicizzano tantissimi prodotti della tecnologia, persino prodotti per la casa, mirano al consumatore qualunque, alla casalinga, l’uomo della strada...

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

Più sono i like, i commenti e le condivisioni e maggiori sono gli investimenti pubblicitari, cresciuti del 177% nel 2019. Quest’anno, per la prima volta, la pubblicità sui social e online ha superato le inserzioni sulla stampa, aumentando del 20% fino a raggiungere gli 84 miliardi di dollari. Ma questa pubblicità è sempre trasparente?

SIGFRIDO RANUCCI IN STUDIO

Non lo è. Buonasera. La questione della trasparenza si è posta dopo che Chiara Ferragni ha postato una sua foto indossando una maglietta dell’Alitalia, era firmata dalla stilista Alberta Ferretti. Lo avevano fatto anche altre influencer. Solo che poi è scattata la moral suasion dell’Antitrust, secondo la quale la pubblicità occulta è anche vietata sui social. Quando un influencer posta una fotografia, non deve far sembrare ai propri followers che lo sta facendo in maniera disinteressata se sta promuovendo un brand. Ecco, insomma, Chiara Ferragni ha posto subito rimedio, ha messo un

hashtag dove evidenziava che si trattava di una pubblicità. Ma in quante lo fanno? I followers credono di poter spiare dal buco della serratura la vita privata dei propri beniamini, delle loro celebrità, quando invece gli attenzionati sono proprio loro. Ogni messaggio è studiato per vendere loro un prodotto. Quanti più followers accumuli, quella è una ricchezza, puoi anche proporti con nuovi professioni, il closet organizer, che è praticamente la versione più nobile, 4.0, della guardarobiera. E poi puoi anche andare a comprare una cena se hai accumulato tanti followers, paghi con i followers. In questa corsa sfrenata di accumularli, non fate caso se poi sulla vostra pagina Instagram fa capolino, cucù, un politico di lungo corso. La nostra Lucina Paternesi.

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

Il mondo dell'influencer marketing ha creato vere e proprie star del web. E Instagram detiene il podio: con oltre un miliardo di utenti attivi, una pubblicità potrebbe raggiungere fino a 879 milioni di utenti. Ma che cosa significa precisamente essere un influencer?

PAOLA TURANI

Mi sono accorta che i clienti non cercavano più Paola come modella, solo il volto e un corpo per i cataloghi, i servizi fotografici e le pubblicità, ma cercavano anche la mia creatività

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

Da modella tradizionale a influencer tra le più amate e seguite d'Italia, Paola Turani oggi raccoglie sul proprio profilo più di un milione e 300 mila fan. È seguita da un'agenzia, come tutte le web star, e li abbiamo incontrati a Milano, nel loro loft.

LEONARDO DONADEL – SOCIO AGENZIA GOOD VIBRATION GROUP

Noi mettiamo in contatto i brand con i profili dei talent, degli influencer.

LUCINA PATERNESI

Il segreto è costruire una pubblicità che sia calata nella vita...

LEONARDO DONADEL – SOCIO AGENZIA GOOD VIBRATION GROUP

Nella vita del talent. Su instagram si muovono target molto giovani.

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

Beauty routine, palestra, shopping, la manicure e l'immancabile pulizia del viso prima di andare a letto. È la radiografia dell'intimo condivisa su istagram. Sembra tutto spontaneo, invece è tutto studiato: più like incassa, più l'influencer sarà contattato dalle aziende per sponsorizzare prodotti.

PAOLA TURANI – INFLUENCER

Non c'è domenica, non ci sono vacanze perché in realtà anche quando vado in vacanza però posto tutto. Non stacco mai, è un lavoro 24 ore su 24, no... se non quando dormo.

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

Influencer senza tregua, ma ci sono dei limiti. Lo Iap, istituto autodisciplina pubblicitaria ha redatto la Digital Chart, e impone di informare il pubblico quando

dietro un post c'è lo sponsor. Si devono utilizzare gli hashtag nella parte iniziale, come promosso da, in partnership con, sponsorizzato da oppure #adv o anche solo #ad.

VINCENZO GUGGINO – SEGRETARIO GENERALE ISTITUTO AUTODISCIPLINA

Molto spesso il brand riposta il post dell'influencer e questo in qualche modo sottolinea che c'è un accordo tra le due parti.

LUCINA PATERNESI FUORICAMPO

Quando un brand è taggato ma manca l'hashtag, potrebbe trattarsi di pubblicità occulta. E allora che si fa?

VINCENZO GUGGINO – SEGRETARIO GENERALE ISTITUTO AUTODISCIPLINA

Molto spesso si inizia un dialogo con l'azienda o con l'influencer, altre volte quando invece è palese la violazione di questa norma di trasparenza si chiede all'azienda e all'influencer di non diffondere più quel messaggio privo dell'accorgimento grafico segnaletico della riconoscibilità. La nostra sanzione è il blocco del messaggio.

LUCINA PATERNESI

Quanti blocchi avete fatto?

VINCENZO GUGGINO – SEGRETARIO GENERALE ISTITUTO AUTODISCIPLINA

Circa 45 tra ingiunzioni e procedure davanti al giurì.

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

C'è anche il Codice del consumo, che è una legge dello stato e impone di rendere riconoscibile ogni pubblicità. A vigilare è l'Antitrust: tenta prima la moral suasion, ma se fallisce...

GIOVANNI CALABRO' – ANTITRUST

Se il furbetto non ottempera a quel punto è possibile anche avviare un procedimento istruttorio e eventualmente anche erogare sanzioni amministrative.

LUCINA PATERNESI

Sanzioni che possono arrivare fino a?

GIOVANNI CALABRO' – ANTITRUST

Possono arrivare addirittura a 5 milioni di euro, e possono essere erogate astrattamente non solo nei confronti del brand coinvolto, dell'impresa coinvolta ma anche del singolo influencer.

LUCINA PATERNESI

Ad oggi quante multe sono state fatte?

GIOVANNI CALABRO' – ANTITRUST

Non sono state fatte multe.

LUCINA PATERNESI

Se non c'è la multa perché l'influencer deve mettere l'hashtag?

GIOVANNI CALABRO' – ANTITRUST

Dunque, questo è vero...fino a adesso in tutti i casi in cui l'autorità è intervenuta il problema è stato risolto. È chiaro che i casi sono tanti.

LUCINA PATERNESI FUORICAMPO

Scovare il furbetto dell'hashtag è complicato. Rock'n'fiocc, l'account Instagram di Giulia Torelli, conta 50 mila follower.

LUCINA PATERNESI

Ad esempio, hai richiamato un marchio, queste non erano sponsorizzazioni? Non ti hanno pagato?

GIULIA TORELLI – INFLUENCER E CLOSET ORGANIZER

No, no, sono andata ad una svendita, ho scoperto questo brand che non conoscevo prima. Gli ho fatto la foto, mi piaceva...aveva pochi follower volevo dargli visibilità. Questa, no, era una cena a cui son stata invitata, lo sponsor della cena era questo, mi è sembrato carino segnalarlo.

LUCINA PATERNESI

Però se ti hanno invitato andrebbe messo lo stesso.

GIULIA TORELLI – INFLUENCER E CLOSET ORGANIZER

No, perché non vengo pagata per partecipare.

LUCINA PATERNESI

La cena te l'hanno offerta.

GIULIA TORELLI – INFLUENCER E CLOSET ORGANIZER

Sì però non è un regalo.

LUCINA PATERNESI FUORICAMPO

La coquette italiana, dalla Puglia è finita a fare l'influencer di moda a Parigi.

LUCINA PATERNESI

Questa qui non potrebbe sembrare una pubblicità?

MARIA ROSARIA RIZZO – INFLUENCER

Sì, potrebbe, ma non è effettivamente.

LUCINA PATERNESI

Non è perché...

MARIA ROSARIA RIZZO – INFLUENCER

E una mia borsa. Qui ho riportato un'esperienza che ho realizzato con un brand, spesso i brand possono decidere anche di invitarti per vivere un'esperienza particolare. Invitare ad esempio delle blogger...

LUCINA PATERNESI

Però se ti hanno invitato e ti hanno pagato il soggiorno dovresti dire che ti ha pagato il soggiorno e quindi è una forma di pubblicità.

MARIA ROSARIA RIZZO – INFLUENCER

Diciamo che sicuramente è una forma di pubblicità però diciamo che tu sei abbastanza sincera nei confronti dei tuoi follower perché tu dici che il brand ti ha invitato, ringrazi il brand di averti invitato, solitamente sì.

LUCINA PATERNESI FUORICAMPO

Anche nei profili di alcune make up artist compaiono spesso marchi ma non altrettanti hashtag.

GIORNALISTA

Tu in queste immagini avresti dovuto metterci un adv.

INFLUENCER

Assolutamente no, perché in questo caso io sto facendo vedere la foto di me e di un prodotto che è un regalo che ho comprato questi prodotti...

GIORNALISTA

Ma in tutte queste foto?

INFLUENCER

No questa qui no, siamo con delle mie amiche, no no non mi sono dimenticata, qui siamo con delle ragazze con delle influencer semplicemente su un letto che ci stiamo divertendo. Nessuno ha pagato per questa foto.

MANAGER

Mi sembra un'inquisizione a questo punto, quella dell'adv. Io sono il manager di...

MASSIMILIANO DONA – UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

Negli Usa dove sono più avanti di noi dicono che qualunque vantaggio sia arrivato all'influencer questo gli impone di etichettare.

LUCINA PATERNESI

Anche se mi hanno offerto una cena?

MASSIMILIANO DONA – UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

Mi hanno ospitato in un hotel. La moral suasion può servire la prima volta, cioè il consiglio bonario, la pacca sulla spalla, ma poi bisogna farsi sentire con le sanzioni anche perché il giro d'affari dell'influencer marketing è un giro d'affari milionario, si parla di oltre 250 milioni di euro.

LUCINA PATERNESI FUORICAMPO

A Milano c'è un ristorante in cui la cena si paga in base ai follower, ovviamente dopo aver condiviso su Instagram un post.

CASSIERA

Quanti follower hai?

LUCINA PATERNESI

658.

CASSIERA

Sono un po' pochini. L'offerta parte solo con i mille follower.

LUCINA PATERNESI

Bastano 100 mila follower per mangiare qui gratis qualsiasi cosa?

ARMANDO ZAPPALA – CEO THIS IS NOT A SUSHI BAR

Bastavano, diciamo, nel frattempo ci siamo accorti che molte persone avevano i followers finti. Per bloccare l'avanzamento di scrocconi, facciamo in modo che per pagare in follower deve passare un piccolo screening.

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

Da influencer a scroccone, il passo è breve. Ma quanto è semplice acquistare follower finti e poi lavorare con Instagram? L'esperimento l'ha fatto il consulente di marketing Federico Spinelli: ha creato un profilo finto, con foto finte e poi si è proposto alle aziende.

LUCINA PATERNESI

E ti sei comprato quanti follower?

FEDERICO SPINELLI – CONSULENTE MARKETING

Allora siamo arrivati a 90 mila.

LUCINA PATERNESI

Tutti acquistati?

FEDERICO SPINELLI – CONSULENTE MARKETING

Tutti acquistati.

LUCINA PATERNESI

Le aziende sono interessate a questo profilo?

FEDERICO SPINELLI – CONSULENTE MARKETING

In quattro ci hanno risposto. La prima faceva orologi da polso, 5 prodotti gratis, gli orologi erano sui 200 dollari sull'e-commerce, che per cinque fa mille. La seconda collaborazione era accessori da ragazzo, da uomo, anche lì indicativamente sui 200 dollari di media al prodotto, anche lì cinque prodotti. E il più bello è stato l'ultimo: gioielli da donna.

LUCINA PATERNESI FUORI CAMPO

Con un investimento di 300 euro in follower finti, Federico avrebbe potuto guadagnarne 3mila in oggetti, cappellini e orologi.

LUCINA PATERNESI

E quali sono gli altri modi per acquistare follower?

FEDERICO SPINELLI – CONSULENTE MARKETING

Sono i cosiddetti bot. Dei programmi dei software. Che automatizzato delle azioni sul tuo profilo quindi prendono il tuo profilo Instagram e gli fanno fare delle azioni senza il tuo controllo.

LUCINA PATERNESI

È quello che ha fatto l'ex presidente della Camera Pierferdinando Casini, finito su tutti i giornali per aver sbirciato tra le stories di ignari utenti di Instagram che neppure lo seguivano.

PIER FERDINANDO CASINI AL TELEFONO

Chi è?

LUCINA PATERNESI

Presidente?

PIER FERDINANDO CASINI AL TELEFONO

Chi è?

LUCINA PATERNESI

Salve, buonasera, Lucina Paternesi, Rai 3, Report. Perché lei aveva utilizzato un bot per aumentare i follower?

PIER FERDINANDO CASINI AL TELEFONO

Non lo so, non te lo so dire perché la mia segreteria si occupa di questo.

LUCINA PATERNESI

Va bene, lei voleva diventare un influencer della politica...

PIER FERDINANDO CASINI AL TELEFONO

Io? AHAHAHHAHAHA!

LUCINA PATERNESI

Ma questi bot li aveva cercati lei o il suo ufficio?

PIER FERDINANDO CASINI AL TELEFONO

Scusa, ti posso dire la verità? Non me ne frega niente...ti voglio bene, ma ti saluto.

SIGFRIDO RANUCCI IN STUDIO

Anche noi gli vogliamo bene, come non potremmo? Insomma è lì da 40 anni che fa l'influencer della politica. Tornando invece al mondo degli influencer di Instagram, se l'Antitrust non riesce a sanzionare perché insomma è anche complicato controllare milioni e milioni di post e se lo IAP, l'Istituto per l'Autodisciplina della Pubblicità è riuscito a fermare solo 45 post, insomma va da sé che il mondo dell'influencer marketing cresce a dismisura. In questo ultimo anno è cresciuto del 34 per cento. Insomma recita il proverbio: un vizio non punito si replica all'infinito, così fanno i furbetti dell'Instagram, poi c'è invece chi usa Instagram per denunciare la maledizione di un territorio.

