



UNC
CONSUMATORI.IT

ANTITRUST: segnalazione su Alessia Marcuzzi e Versace per influencer marketing

12 Marzo 2019

Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori

La conduttrice de “L’Isola dei famosi” non rispetterebbe le linee guida di Antitrust e IAP sull’influencer marketing, esibendo prodotti Versace di cui è testimonial. L’Unione Nazionale Consumatori deposita una segnalazione chiedendo che l’Autorità indaghi.

Roma, 12 marzo 2019 - Alessia Marcuzzi è una *influencer* con oltre 4 milioni di *follower* che deve dichiarare la sponsorizzazione con la casa di moda Versace anche sui *social*, nei *post* in cui esibisce il noto marchio d’abbigliamento”. È quanto dichiara Massimiliano Dona, Presidente di Unione Nazionale Consumatori, annunciando la denuncia dell’associazione all’Autorità Antitrust contro l’*influencer marketing*.

“Continua la nostra battaglia contro la diffusione di messaggi a scopo promozionale sui *social network* dove è omessa ogni indicazione di trasparenza, come l’hashtag #ad” che è obbligatorio secondo le linee guida dell’Autorità e della Digital Chart dello IAP”, aggiunge l’avvocato Dona.

Nelle scorse settimane proprio in concomitanza con l’inizio della trasmissione televisiva “L’Isola dei famosi”, sono comparsi sul profilo *Instagram* di Alessia Marcuzzi diversi *post* nei quali la presentatrice indossa capi Versace con la sola indicazione “*outfit: @versace*”, “*dress: @versace*” oppure “*#versace*”. Non solo: in tantissimi articoli di stampa si evince in modo abbastanza palese una collaborazione tra Versace e Alessia Marcuzzi.

Per questo motivo abbiamo denunciato all’Autorità la nota casa di moda e la celebre *influencer*. Ma non è tutto: chiediamo all’Antitrust di verificare eventuali responsabilità delle piattaforme di *social network* (nella specie, *Instagram*) per l’omissione di qualsiasi controllo idoneo a limitare la diffusione di simili condotte scorrette.

L’argomento sarà trattato giovedì 14 marzo a Milano (ore 11,30 presso lo spazio Tenoha in via Vigevano 18) con un evento Unc in collaborazione con Buzzoole e l’Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (all’interno della **Milano Digital Week**) sul rapporto tra consumatori e *influencer marketing*, mostrando in anteprima i risultati della ricerca “La trasparenza nell’*influencer marketing*”.

